

**UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA**

**ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA**

**Licenciado en Comunicación Audiovisual**

---



**UNIVERSIDAD  
POLITECNICA  
DE VALENCIA**



**ESCUELA POLITECNICA  
SUPERIOR DE GANDIA**

**“Análisis de los magazines deportivos de  
televisión y desarrollo de la propuesta  
creativa de uno nuevo: “El fútbol es así””**

***TRABAJO FINAL DE CARRERA***

Autor/es:

**Antonio Ángel Faus Ferrer**

Director/es:

**Dña. Margarita Cabrera Méndez**

***GANDIA, 2010***

# ÍNDICE

<b>Introducción .....</b>	<b>Pág. 4</b>
<b>Análisis .....</b>	<b>Pág. 5-41</b>
- Magacín .....	Pág. 5
- Magacín deportivo .....	Pág. 6-7
- Estructura magacines deportivos .....	Pág. 7-35
- Audiencias .....	Pág. 35-36
- Similitudes .....	Pág. 36-38
- Diferencias .....	Pág. 38-39
- Conclusiones .....	Pág. 39-41
<b>Propuesta de título nuevo magacín .....</b>	<b>Pág. 42-43</b>
<b>Idea .....</b>	<b>Pág. 44-46</b>
- Género, sinopsis y claves del éxito .....	Pág. 44-45
- Referencias del programa .....	Pág. 45
- Público objetivo .....	Pág. 45-46
<b>Guión programa .....</b>	<b>Pág. 47-59</b>
<b>Promoción .....</b>	<b>Pág. 60-68</b>
- Logo programa .....	Pág. 60
- Guión literario vídeos promocionales .....	Pág. 60-61
- Story-board vídeos promocionales .....	Pág. 62-67
- Página Web .....	Pág. 68
<b>Creatividad .....</b>	<b>Pág. 69-73</b>
- Elementos visuales .....	Pág. 69-70
- Localizaciones .....	Pág. 70-71
- Personajes .....	Pág. 71-73

<b>Equipo .....</b>	<b>Pág. 74</b>
- Técnico .....	Pág. 74
- Artístico .....	Pág. 74
 <b>Programación .....</b>	 <b>Pág. 75-76</b>
- Duración., nº de capítulos y periodicidad .....	Pág. 75
- Franja horaria .....	Pág. 75-76
 <b>Planificación .....</b>	 <b>Pág. 77-81</b>
- Emisión .....	Pág. 77
- Sistema de producción .....	Pág. 77
- Jornadas de grabación .....	Pág. 78-79
- Estudio de televisión (Plató) .....	Pág. 79
- Exteriores/interiores .....	Pág. 79
- Calendario/cronograma .....	Pág. 79-81
- Equipamiento .....	Pág. 81
 <b>Presupuesto, financiación y comercialización .....</b>	 <b>Pág. 82-91</b>
- Presupuesto .....	Pág. 82-87
- Financiación .....	Pág. 88-90
- Comercialización .....	Pág. 90-91
 <b>Conclusiones y bibliografía .....</b>	 <b>Pág. 92-99</b>
- Evaluación de los resultados obtenidos .....	Pág. 92-94
- Conclusiones .....	Pág. 95-97
- Bibliografía .....	Pág. 98-99

## Introducción

La revolución en el mundo de la televisión derivada de la desaparición de la televisión analógica en favor de la digital ha provocado la aparición de nuevos canales. Este fenómeno comportará que la audiencia se vaya fragmentando debido a la gran cantidad de ofertas de contenidos que conllevará el nuevo panorama televisivo. Una de las diferencias que tendrá la nueva situación televisiva es que pasará de una acción de oferta a una acción de demanda. Al convertirse la televisión en una demanda de contenidos por parte de los espectadores, sabemos que los programas de índole deportivo son de los más demandados por parte de las audiencias.

El presente proyecto final de carrera tiene como objetivo el análisis exhaustivo de los diferentes magazines deportivos, que tienen lugar en la parrilla de programación de diferentes cadenas de la televisión actual, para llegar al desarrollo de un nuevo magazine deportivo.

La meta es conocer las claves que conducen al éxito de estos programas deportivos y proponer uno que sea novedoso, completo, entretenido, diferente a los demás y con un presupuesto accesible para las cadenas de televisión. Todo esto con el objetivo de llegar a una audiencia más amplia debido a la diversidad de contenidos que contendrá el nuevo magazine deportivo.

Este trabajo final de carrera tiene como finalidad explotar varios conocimientos que hemos recibido a lo largo de la Licenciatura de Comunicación Audiovisual. El análisis de un producto audiovisual es una tarea que hemos desempeñado en estos años y no podíamos empezar el trabajo sin realizar un trabajo de seguimiento de magazines deportivos. La capacidad creativa es una parte importante ya que deberemos plantear las secciones y los contenidos de que constará el programa. También tiene lugar el aspecto artístico debido a la composición que tendrá el plató así como la elaboración del story board de los vídeos promocionales. Otro aspecto importante a tratar será la planificación del rodaje del producto audiovisual. Además se realizará un plan de promoción, comercialización y difusión. Finalmente tendrá lugar el plan económico para la viabilidad del programa deportivo.

El resultado del proyecto final de carrera será un documento que recoja la planificación, las directrices y el plan económico del magazine deportivo diario.

## Análisis

### Magacín

Antes de definir el concepto de magacín es primordial explicar qué es un formato televisivo. El formato es un desarrollo concreto de una serie de elementos audiovisuales y de contenidos, que conforman un programa determinado y lo diferencia de otros. Dentro del concepto de formato observamos que en el panorama televisivo actual predominan cinco géneros de entretenimiento: Reality, Talk show, Game, Magacín y Humor.

Dentro de los cinco géneros dominantes en la televisión, los magacines se definen como una serie de programas que muchas veces no tienen nada en común, salvo la imposibilidad de clasificarlos en otro apartado. Un magacín es todo aquel programa que reúne alguno de los siguientes requisitos: noticias, reportajes, actuaciones musicales, entrevistas, tertulias; contiene todo aquella que tenga como tema principal la actualidad. El magacín lo admite todo y posee una calculada escaleta de contenidos que están minutados en los que describen las partes de la estructura dramática del determinado programa.

De acuerdo con la temática predominante podemos enumerar diferentes tipos de magacín: magacines deportivos (*Punto Pelota*, Intereconomía), magacines de consumo (*PVP*, Canal 9), magacines de cocina (*Karlos Arguiñano en tu cocina*, Telecinco) y magacines musicales (*Música Sí*, La 2).

También se han hecho muy populares los magacines matinales, ya que copan la franja horaria de las mañanas en las parrillas de programación de las principales cadenas generalistas. En la actualidad suelen competir cuatro cadenas (La 1, Antena 3, Cuatro y Telecinco) con magacines con estructuras similares entre ellos, diferenciándose en pequeños matices. Tratan temas de actualidad y en todos ellos hay espacio para el mundo del corazón, la tertulia política, la crónica social, reportajes de investigación y entrevistas.

En estos momentos, el magacín líder es *El Programa de Ana Rosa* en Telecinco, seguido de *Espejo Público* en Antena 3, *La Mañana de La 1* y *Las Mañanas de Cuatro*. La reina de las mañanas, como se le dice a la líder de audiencia de esta franja horaria, es Ana Rosa Quintana con un 18% de Share, tras ella se sitúan con un 14 % Susanna Griso, con un 13 % Mariló Montero, y con un 6 % Concha García Campoy.

## Magacín deportivo

La proliferación de las cadenas de televisión debido a la revolución de la TDT ha conllevado la multiplicación de la oferta televisiva del mercado. Los magacines deportivos se han hecho un hueco en las parrillas de programación de estos nuevos canales, añadiéndose a los que ya se habían consolidado en las cadenas generalistas y autonómicas.

La mayoría de los magacines deportivos en la televisión española tienen como tema principal el fútbol, ya que es el deporte rey del país. Sólo tenemos que comprobar las cifras de audiencia que cosechó Telecinco en los partidos de la selección española en el Mundial de Sudáfrica del 2010. El share de cada partido de “La Roja” oscilaba entre el 55 % y el 75%.

Pero no sólo del fútbol se nutren los magacines deportivos ya que algunos también incorporan secciones dedicadas a tenis, baloncesto, ciclismo, balonmano, Fórmula 1, Motociclismo, etc. Sin embargo, huelga decir que aunque algunos incluyan espacios donde se informa sobre otros deportes diferentes al fútbol, el tiempo que se les dedica es muy inferior y apenas significativo.

No cabe duda de que en estos momentos estos programas están en auge, especialmente los de predominio futbolístico. Posiblemente, su éxito radica en la importancia del deporte del fútbol en los hogares españoles. Además, todas las personas pueden opinar y debatir sobre la actualidad que rodea a este espectáculo de masas. El lenguaje utilizado es entendible para todo el público ya que es simple y sencillo.

Otro factor importante es que el coste de producción no es muy elevado. Estos programas no necesitan de un gran presupuesto para salir adelante. Sobre todo aquellos en los que el punto fuerte es la tertulia. De hecho, los programas-tertulia, no sólo deportivos, están acaparando muchas franjas horarias de las parrillas de programación de las diferentes cadenas de televisión. Con ello, consiguen un gran número de espectadores realizando una inversión mínima.

Si tratamos qué es un magacín deportivo, debemos hablar de *El Día Después*. Este programa, que se emitió desde el 1991 hasta el 2005, repasaba la actualidad de la jornada liguera cada lunes con un tono desenfadado mediante reportajes que se centraban en aspectos curiosos. Durante estos años fue galardonado con un premio Ondas, un TP de Oro y tres premios de la ATV. Además, tiene el mérito de ser el programa con mayor audiencia de Canal+ en toda su historia,

en parte porque su emisión era en abierto. El Día Después volvió en el 2009 pero sin conseguir el éxito de su primera etapa.

### **Estructura magazines deportivos**

**Procederemos a analizar la estructura de los siguientes magazines deportivos a partir de varios elementos importantes como el horario de emisión, la periodicidad, la temática principal, la conformación del plató, el lenguaje/tono/estilo utilizado, la barrera entre la información y la opinión, el presentador, los colaboradores, el logotipo, la influencia de la cadena, las secciones, el público al que se dirige, los géneros periodísticos empleados, la aportación visual y las particularidades de cada uno.**

#### *Estudio Estadio*

*Estudio Estadio* es un magacín deportivo presentado por los periodistas Marcos López y Juan Carlos Rivero en La 2 de TVE. Su horario de emisión son los Domingos de 22.30 a las 00.00 horas.



La temática principal del programa es realizar un resumen detallado de los partidos de la jornada de la Liga BBVA de fútbol. Se profundiza en el análisis de los partidos, especialmente los del FC Barcelona y del Real Madrid. Pero no sólo se repasan partidos de la liga española, también se ofrecen resúmenes de partidos de la Premier, debido a que TVE posee los derechos de la Liga Inglesa.

*Estudio Estadio* empieza con una breve introducción por parte de Juan Carlos Rivero y Marcos López, en la que destacan los titulares que ha dejado la jornada liguera. Una vez realizada esta introducción, Juan Carlos Rivero presenta a los demás componentes que conformarán el equipo

de *Estudio Estadio*. Suele estar compuesto por: Julen Lopetegui (análisis táctico), un periodista deportivo importante y dos personajes futbolísticos de actualidad.

Una vez acabada la presentación, tiene lugar los análisis de los partidos de la primera división española en modo de resumen. Los partidos son narrados por Juan Carlos Rivero, pero en estos, todos los componentes del programa realizan sus valoraciones y vierten sus opiniones. Juan Carlos Rivero hila los diferentes resúmenes. Normalmente, durante el programa, Marcos López suele cambiar de tema de manera superficial y Juan Carlos Rivero los presenta de una forma más profunda.

Pero el programa no sólo se nutre de los resúmenes de los partidos, sino también contiene varias secciones como: La pizarra de Julen o La moviola. La pizarra de Julen es una sección dedicada al análisis táctico del partido de la jornada (suelen ser partidos que disputan el Real Madrid o Barcelona) o en ocasiones, de algún partido más. En esta sección participa Marcos López como presentador de la sección y Julen Lopetegui como analizador de las jugadas en cuestión. Los dos se desplazan a una pantalla situada a la derecha del plató en la que, de pie, analizan el partido mediante la impresión en pantalla de las jugadas clave. No dudan en parar, repetir, remarcar mediante trazos y rebobinar los aspectos fundamentales que han marcado el desarrollo del partido.

Por otra parte, La moviola es la sección dedicada a las jugadas más polémicas de la jornada, donde los componentes del programa opinan sobre las jugadas en cuestión. Muchas veces se limitan a decir si el árbitro se ha equivocado o ha acertado, justificando la decisión tomada.

Pero el programa cuenta también con reportajes, entrevistas, declaraciones de futbolistas y tertulia. Las entrevistas se realizan a entrenadores, presidentes, futbolistas u otras personalidades futbolísticas de actualidad. Normalmente suelen invitar a dos personajes, uno que está en la primera parte del programa y otro que entra en la segunda mitad del mismo. Los invitados, a parte de ser preguntados por temas de actualidad que les envuelven, también comentan y debaten sobre cualquier tema que nace en el programa.



*Estudio Estadio* también tiene tiempo para la Premier, ya que cuenta con una sección que repasa los goles de la jornada o los partidos más interesantes de la misma. Esta sección está dirigida por José Manuel Díaz, presentador de los magazines sobre la Premier de TVE.

El programa suele terminar con el repaso a la clasificación de la Liga de primera división, la despedida al invitado y un comentario de Juan Carlos Rivero matizado por Julen Lopetegui.

Uno de los aportes visuales del programa es la visión de imágenes mientras los componentes del programa hablan. Muchas veces, estas imágenes se ven junto a ventanas en las que aparecen los colaboradores del programa opinando.

El plató del programa está conformado por una mesa redonda de color blanco con franjas azules, en las que se sitúan en posición de semicírculo los cinco componentes del programa. Detrás de ellos se encuentran cuatro televisiones en las que observan el logotipo del programa y las imágenes de la jornada. De estas cuatro televisiones, tres son de un tamaño menor al de la televisión que se sitúa detrás del centro de la mesa.



Los colores del plató son el blanco y azul, distintivos de TVE. También son los colores que predominan en el logotipo del programa.

El lenguaje que se utiliza en el programa es respetuoso, adecuado y sin fanatismos. El tono que se suele emplear en *Estudio Estadio* es desenfadado, tranquilo, respetuoso y con pequeñas dosis de humor.

La finalidad del programa es ofrecernos los resúmenes de los partidos de la jornada liguera y los aspectos más destacados mediante un ambiente ligero y desenfadado.

La siempre dificultosa línea que separa la información de la opinión, se resalta adecuadamente en *Estudio Estadio* mediante la distinción de los componentes del programa. Los presentadores Marcos López y Juan Carlos Rivero ofrecen la información para que los entrevistados, Julen Lopetegui y el periodista de turno opinen sobre el tema en cuestión.

*Estudio Estadio* contiene la parte meramente informativa, debido al repaso de la actualidad de la jornada y la parte de opinión, debido a los comentarios a modo de “tertulia” que tienen lugar durante el programa.

Por último, la audiencia a la que se dirige este programa, son a los aficionados al fútbol, en general, de los equipos de la primera división y a los seguidores de la Premier League., Esto es posible gracias al resumen de los partidos de las dos ligas.

### *Deporte Noche*

*Deporte Noche* es un magacín deportivo dirigido y presentado por Julián Reyes, en el canal temático Teledeporte. Su horario de emisión es de lunes a viernes de 23.00 a 23.45. También se emite una hora más tarde en diferido en el canal 24 horas.



La temática principal del programa es repasar la actualidad deportiva, sobre todo, de los equipos y deportistas españoles. Predomina el deporte rey en España que es el fútbol. Y dentro de la actualidad futbolística tienen un papel predominante durante la emisión de *DXT Noche*, el Real Madrid y el FC Barcelona. Está claro que no solamente es un programa de fútbol, ya que tienen lugar noticias de todos los deportes que están en actualidad.

*DXT Noche* empieza con un sumario en el que observamos vídeos que resumen las principales noticias del día en el mundo del deporte, normalmente suelen copar todo este tiempo noticias de fútbol. Una vez acabado el sumario, el presentador realiza de pie una introducción a modo de resumen de los principales temas del día. A medida que resume las noticias, aparecen en pantalla imágenes de ellas. Inmediatamente después, el presentador, Julián Reyes, da paso al copresentador, Moisés Rodríguez, que tiene la particularidad de estar en otro estudio desde donde amplía las noticias que presenta Julián, también de pie. Una vez que Moisés realiza el repaso a las noticias entra la cabecera del programa que indica el inicio del desarrollo temático.

Después de la introducción, el programa sigue un funcionamiento en el cual el presentador (ya sentado en el plató) va abordando noticias acompañado del colaborador pertinente. No todos los días entran los mismos colaboradores. Cada uno de ellos está asignado a un tipo de noticias deportivas. Uno aborda la actualidad del Real Madrid, otro resume los partidos de la jornada, otra lleva el polideportivo (deportes que no son el fútbol).

El funcionamiento de cada bloque temático deportivo sigue la misma tónica: primero, el presentador y colaborador se saludan muy cordialmente; segundo, tanto presentador como colaborador dialogan y analizan el tema de actualidad en cuestión; tercero, observamos imágenes, reportajes, etc.; cuarto, se da paso a Moisés Rodríguez (también sentado) para que amplíe la noticia mediante su comentario unido a vídeos; quinto, conclusión tanto del presentador como del colaborador asignado a la pertinente temática; sexto, despedida del colaborador y cortinilla de *DXT Noche*.

Alguna vez ciertas noticias no siguen el patrón usual, ya que muchas veces comenta la noticia el presentador, para que posteriormente la amplíe Moisés Rodríguez. Moisés está ubicado en el plató del recinto de RTVE en Barcelona. Como consecuencia de su misión de ampliar las noticias, Moisés tiene la labor de ser el enlace entre el programa y las conexiones en directo.

El programa combina reportajes, vídeos informativos, imágenes de ruedas de prensa o entrenamientos, resúmenes de partidos de fútbol o de otros eventos deportivos. *DXT Noche* combina a la perfección todo esto consiguiendo alcanzar un gran dinamismo y agilidad en sus contenidos.

Pero *DXT Noche* no sólo se nutre de la presencia de colaboradores que traen sus noticias de actualidad deportiva; también hay espacio para otro tipo de “información”. Ésta tiene lugar en la sección dirigida por el colaborador, Mario Caballero, en la que se analizan las curiosidades en el mundo del deporte. Esta sección se realiza con humor, tono desenfadado, continuas gesticulaciones y un lenguaje gracioso. El colaborador está situado de pie en una parte del plató donde enseña en una pantalla situada detrás de él las imágenes, los vídeos curiosos, y las anécdotas que pocos se habían dado cuenta.

La actualidad informativa suele seguir un orden; empiezan con las informaciones futbolísticas del Real Madrid y Barcelona, después, la de otros equipos que sean actualidad y por último, se informa sobre otros deportes. Algunas veces cambian el orden por la importancia de algún partido de fútbol de otro equipo que no son los grandes del fútbol español o por algún evento polideportivo importante.

*DXT Noche* suele terminar con el presentador, Julián Reyes, de pie del mismo modo que en el comienzo del programa, en el que realiza una conclusión de la actualidad deportiva y se despide de los telespectadores. En la mayoría de ocasiones esta despedida finaliza con la sección *10*, en la que se repasan de modo breve las 10 noticias de menor importancia que no han sido desarrolladas en el programa. Otras veces se termina con fotos que envían los telespectadores realizando deporte o vídeos que resumen las imágenes más importantes de *Deportes Noche*.

Este programa, como ya hemos comentado, resume los partidos, primordialmente de fútbol, que tienen lugar de lunes a viernes. Éstos suelen ser partidos: de Liga de Campeones, de Liga Europea y de Copa del Rey. También los de Liga BBVA, siempre que se celebre entre semana, a parte del partido ya habitual de los lunes. Los resúmenes se realizan con la tónica habitual del programa; el colaborador junto al presentador analizan los detalles del partido. El colaborador narra las acciones más destacadas mientras que Julián Reyes realiza comentarios sobre éstas.

El plató está compuesto por una mesa redonda en la que se sientan el presentador y el colaborador de turno. El presentador está de cara a los telespectadores y el colaborador inclinado hacia el presentador y de perfil hacia la audiencia. Detrás del presentador observamos perfectamente una pantalla donde solemos ver a Moisés Reyes, también al lado de ésta hay una

televisión pequeña con el logotipo del programa. Además, el plató tiene otra pantalla de gran tamaño a un lado que se utiliza para la sección dirigida por Mario Caballero.



Como *DXT Noche* transcurre en dos platós, analizamos también el que se encuentra Moisés Rodríguez. Al igual que el plató “central”, está compuesto por una mesa redonda y una televisión donde se ve el logotipo del programa. Desparece la pantalla grande situada en el plató donde está el presentador principal, ya que esta tiene la función de dar paso a Moisés.

Los colores que predominan en el plató son el naranja, característicos del canal temático Teledeporte, y el blanco y azul, propios de RTVE, grupo al que pertenece tanto el ya mencionado Teledeporte como el canal informativo 24 Horas.

La finalidad del programa es mantenerse informado sobre toda la actualidad deportiva, tanto de deportes mayoritarios como minoritarios, de forma distendida, ágil, dinámica, divertida y desenfadada, en el que el aficionado podrá enterarse de otras curiosidades del mundo del deporte.

Un aspecto diferenciador de este magacín deportivo es su trabajo visual mediante los movimientos de cámara. Ha realizado una apuesta atrevida por tal de conseguir unos efectos visuales, totalmente diferentes al de los demás programas con temática similar. Se recurren a planos “desencuadrados”, zooms de cámara y son innumerables las ocasiones en las que se realizan planos mediante el uso de la cámara en el hombro.

También se utilizan recursos gráficos como la cortinilla del programa para pasar de un bloque temático a otro. Gracias a esto podemos ver como los colaboradores se van sucediendo en los planos sin verlos entrar ni salir.

Un aspecto curioso de los recursos visuales que utilizan, es que la mayoría de reportajes, vídeos y resúmenes se observan con los bordes difuminados o desenfocados para conseguir el efecto moderno, juvenil y atrevido.

Pero la calidad técnica del programa no sólo se debe a estos recursos visuales, sino que también cumple una importante labor la música que está presente durante todo el programa. Se combina la sintonía del programa con canciones de grupos. Esta aportación contribuye a hilar varios bloques del programa de una manera dinámica, ágil, rápida y eficaz. Normalmente, las canciones de grupos aparecen en el inicio y en el final del programa, mientras que la sintonía o hilo musical de *DXT Noche* está presente en el resto de la emisión.

El lenguaje que utilizan los periodistas de *DXT Noche* es muy próximo, entendible, ágil y trabajado. Cuidan muchos sus palabras sin caer en tópicos, muletillas y fanatismos. En cambio, este lenguaje más cuidado no implica distanciamiento entre colaboradores o con los telespectadores, ya que mantienen una relación cordial y próxima entre ellos, que contribuye al dinamismo. Un ejemplo de ello es que el presentador siempre saluda a los colaboradores, tanto al inicio como al final de sus intervenciones.

*DXT Noche* es un claro ejemplo de magacín deportivo que es capaz de separar la información de la opinión. Debido a que tiene un carácter informativo, las noticias no son tendenciosas, ni morbosas, ni crean opinión. Está claro que hay momentos en las que predomina la subjetividad, pero éstos están claramente diferenciados de la información.

Después del análisis de estos aspectos y como punto final, es indudable comentar que la audiencia que intenta conseguir *DXT Noche* es, sobre todo, juvenil. Concretamente, personas jóvenes que les guste el deporte en general. El programa va dirigido a una audiencia determinada, hecho que ocurre en los canales temáticos como lo es en este caso Teledeporte.

### *Minut a Minut*

*Minut a Minut* es un magacín deportivo dirigido y presentado por Ferran Pina y Nacho Cotino en la cadena autonómica valenciana Canal 9. Su horario de emisión son los Domingos de 21.30 a 22.15 horas y tiene la particularidad de realizarse en valenciano. También tiene lugar otro *Minut a Minut* en la segunda cadena autonómica, Punt 2, presentado por Paco Nadal, inmediatamente después de la conclusión del primero.



La temática principal del programa es repasar los partidos de la jornada ligera de la primera división del fútbol español, especialmente los partidos de los equipos valencianos a los que se les dedica mayor tiempo en sus resúmenes. Además, los reportajes, entrevistas y ruedas de prensa que tienen lugar durante el *Minut a Minut* están dedicados mayoritariamente al Villarreal y, sobre todo, al Valencia CF. Podríamos calificar al programa como valencianista.

*Minut a Minut* comienza con la cabecera habitual del programa seguido de la presentación del presentador Ferran Pina, que de pie realiza comentarios a modo de resumen/sumario de lo acontecido en la jornada. Suelen ser vídeos resumen del Villarreal y Valencia CF. Una vez acabados los vídeos resumen de la jornada, Ferran Pina saluda al también presentador Nacho Cotino, que se encuentra sentado en la mesa donde se sentarán posteriormente los dos presentadores. Nacho Cotino realiza comentarios sobre los aspectos destacados de la jornada, profundizando en estos temas, pero aún en forma de resumen e introducción del programa. Inmediatamente entra la cortinilla del *Minut a Minut* y empieza el desarrollo del programa.

Una vez concluida la introducción del programa, los dos presentadores hablan sobre los temas destacados de la jornada, especialmente en lo que se refiere a lo acontecido por el Villarreal y, sobre todo, el Valencia CF. También hay lugar para hacer un breve comentario sobre los equipos



valencianos de segunda división. Los dos presentadores se apoyan en sus comentarios a lo largo del programa.

Los primeros resúmenes de los partidos suelen ser los del Valencia y del Villarreal, que se realizan de forma muy extensa. Estos resúmenes son realizados por un narrador en diferido y que no entra en pantalla, por lo tanto no es ninguno de los presentadores. Es decir, la narración del partido ha sido preparada en tiempo anterior al de la emisión en directo del resumen. Una vez acabados los resúmenes, tanto Nacho Cotino como Ferran Pina comentan cuáles han sido las claves del partido.

Los resúmenes de los partidos de estos dos equipos valencianos de primera división están acompañados de entrevistas a jugadores, reportajes, vídeos resumen y vídeos de seguimiento a los jugadores más importantes del Villarreal y Valencia CF. La música presente en el programa aporta dinamismo, fluidez y agilidad. Durante la emisión de *Minut a Minut* observamos en la línea inferior de la pantalla de la televisión titulares sobre la actualidad deportiva (resultados, clasificaciones, ganadores...).

Una vez analizados los partidos de los equipos valencianos, tienen lugar los resúmenes de los otros partidos de la jornada con una duración muy inferior a los de los equipos valencianos. Los partidos del Barcelona y Real Madrid también suelen tener mayor duración que estos, pero no tanto tiempo como Valencia y Villarreal, salvo en contadas ocasiones. En el resumen de éstos partidos los dos presentadores también vierten opiniones e informaciones de estos equipos.

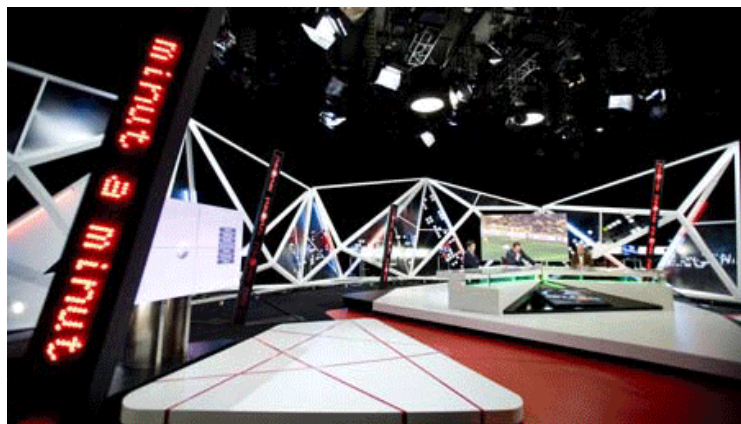
*Minut a Minut* también contiene secciones como “Els millors gols de la jornada”, en la que se enumeran y observan los cinco o tres mejores goles de la jornada de menor a mayor brillantez (esta sección es patrocinada por Mahou); u otra sección en las que se muestran las curiosidades o anécdotas de la jornada en la liga española.

El programa analiza las jugadas más polémicas de la jornada en la que los presentadores dan su opinión. Normalmente se analizan con más detalles las jugadas polémicas que afectan a los equipos valencianos.



En los minutos finales del programa tiene lugar el repaso a los resultados y la clasificación de primera división. Por último, los presentadores realizan un comentario a modo de conclusión y el programa se despide con un vídeo en el que se resumen las imágenes más interesantes del programa.

El plató de *Minut a Minut* está compuesto por una mesa blanca moderna en las que se sitúan los dos presentadores con una televisión grande detrás en el centro de la misma. En la televisión suele verse el nombre del programa y las imágenes de los partidos de fútbol. Los colores que predominan en el plató son, fundamentalmente el blanco y en menor medida el rojo. Los dos colores son característicos de Canal 9 y también del logotipo de *Minut a Minut*.



La finalidad del programa es repasar la actualidad que deja la jornada liguera, en especial del Valencia y Villarreal, de una forma dinámica, entretenida y distendida; además de intentar crear empatía en el telespectador. Para ello no dudan en utilizar de vez en cuando un lenguaje sin reparos, con expresiones de forofo y de aficionado de calle. El programa contiene varios momentos de humor provocados por los comentarios de los presentadores y algunos vídeos.

La audiencia a la que va dirigida el programa es sobre todo a los aficionados del Valencia CF y del Villarreal de todas las edades.

Por último, comentaremos que el programa mezcla la información con la opinión, ya que los presentadores adoptan la postura de aficionados del Valencia y del Villarreal, lo que provoca una subjetividad en todos sus comentarios. La información suele estar presente en la narración de los resúmenes de los partidos.

*El Marcador*

*El Marcador* es un magacín deportivo dirigido y presentado por Paco García Caridad en la cadena Veo7. Su horario de emisión es de lunes a jueves de 00.30 a 2.30 horas. En alguna ocasión se ha llegado a emitir viernes y sábados debido a la trascendencia de algún partido de fútbol.



La temática principal de este programa es repasar la actualidad en el mundo del fútbol. Cobra gran protagonismo la trayectoria del Barcelona y sobre todo del Real Madrid. La actualidad madridista es el eje principal del magacín sobre el que se desenvuelve todos los temas de debate. La actualidad barcelonista está presente, sobre todo, por la gran rivalidad que tienen ambos equipos y aficiones.

El programa es básicamente una tertulia futbolística en la que el presentador junto a cuatro contertulios, analizan y vierten sus opiniones sin pelos en la lengua. Los contertulios son escogidos por formar parte de la plantilla del diario Marca, la página Web [www.marca.com](http://www.marca.com) y Radio Marca. Pese a pertenecer a la misma casa periodística, los periodistas suelen tener visiones diferentes en varios temas. Aún así, cabe mencionar que la mayoría de contertulios son madridistas acérrimos.

Los contertulios tienen la particularidad de tener mucho carácter, desparpajo y sentido del humor. Normalmente no suele haber una variación significativa de los componentes de la tertulia. En alguna ocasión su presentador, Paco García Caridad se ha ausentado en favor de Jaime Collazos. Los contertulios habituales suelen ser: Roberto Gómez, Edu García, Pipi Estrada y Raúl Valera.

Paco García Caridad no sólo ejerce la labor de moderador, también ofrece su opinión rebatiendo a sus contertulios. Debido a ese hecho se han producido varios “piques” entre Caridad y el contertulio más polémico, Roberto Gómez. En algunas ocasiones se han acusado mutuamente de cometer varias equivocaciones en sus afirmaciones o predicciones. Por estos motivos, Caridad actúa como un contertulio más con el poder de cambiar de tema cuando se le antoje.

*El Marcador* empieza con un sumario de vídeos que resumen la actualidad futbolística. Una vez acabado el sumario, Paco García Caridad realiza un breve comentario sobre los temas de actualidad. Inmediatamente presenta a los contertulios que tiene a su lado preguntándoles sobre temas de actualidad para que viertan una primera opinión.

El presentador realiza una pregunta que también se ve impresa en pantalla para que los televidentes envíen mensajes de texto para ser visualizados en el programa. Algunos de estos mensajes son leídos y comentados por presentador y contertulios para alimentar la sensación de interactividad entre programa y espectador. Una vez acabada esta presentación empieza la tertulia.

Durante la tertulia Paco García Caridad suele adelantar la portada del diario Marca del día siguiente en forma de exclusiva, hecho que aprovechan para abrir un debate de acuerdo a lo destacado por la portada.

Pero el programa no sólo se nutre de las opiniones de varios periodistas, sino que se apoya con imágenes recurso, reportajes, vídeos con cebo, vídeos informativos y resúmenes de partidos. Los resúmenes de partidos tienen la particularidad de estar codificados mediante la impresión en estos vídeos del logo de Liga BBVA y Mediapro en pantalla, debido a que no han comprado los derechos de explotación.

Pese a que hemos dicho que *El Marcador* contiene resúmenes de partidos, hay que matizar que no se analizan todos los partidos de la jornada liguera ya que esta faceta queda para los programas que se realizan los domingos (día que no se emite *El Marcador*). Otro motivo es el hecho de no poseer la licencia para la perfecta visualización de los encuentros.

Siguiendo con la estructura del programa, es importante destacar la sección denominada *El punto sobre la i*, en la que el director de Marca, Eduardo Inda realiza un comentario a modo de síntesis sobre un tema de actualidad futbolística mediante un lenguaje poético en dos minutos. Esta sección está grabada en diferido en un plató completamente diferente al que se desarrolla el programa y tiene la característica de utilizar un plano fijo. Este modo de sintetizar la actualidad a modo de resumen de dos minutos, es propia de la cadena Veo 7, ya que el director de El Mundo,

Pedro J. Ramírez, también tiene un espacio en el que resume la actualidad política en dos minutos.

Otra sección que tiene *El Marcador* es la clasificación del juego limpio, patrocinada por Mahou, en la que se repasa cada jornada quién es la mejor afición del fútbol español. Suele tener lugar los lunes.

Durante la tertulia tienen lugar diferentes caras a caras entre los contertulios debido a la confrontación de las opiniones, hecho que se aprovecha para separar la pantalla en dos, para conseguir una mayor “rivalidad”. Otras veces estas discusiones se observan en pantalla mediante imágenes recurso y dos ventanas en las que se ven los contertulios protagonistas del enfrentamiento.

Esta aportación visual es de las pocas diferencias que tienen las tertulias televisivas de las radiofónicas, obviamente contribuye al enriquecimiento de éstas. Además de los ejemplos citados, también se ven vídeos relacionados con la actualidad futbolística mientras los contertulios están debatiendo.

En cuanto al plató destacamos que tiene una disposición innovadora, ya que presentador y contertulios están situados en sillones que reflejan comodidad y evocan en el espectador una sensación de tertulia “hogareña”.

El plató está compuesto por un sillón naranja en el centro, en el que se sitúa el presentador dejando a los lados derecho e izquierdo dos sillones blancos formando un semicírculo en los que se sitúan los cuatro contertulios. Detrás del presentador se sitúa una televisión, del mismo modo que se sitúan otras dos detrás de los contertulios. En ellas observamos el logotipo del programa y en alguna ocasión imágenes que tienen que ver con el fútbol.



Los colores que predominan en el plató son el rojo y el blanco, característicos de Marca. En este aspecto se diferencia de la cadena Veo 7 ya que *El Marcador* prioriza los colorares del diario deportivo.

Cómo suele pasar en los programas deportivos de cualquier cadena televisiva, la ideología política de Veo 7 no es ningún impedimento para los telespectadores que devoran contenidos deportivos. La audiencia de *El Marcador* suele ser sobre todo seguidores madridistas de todas las edades y también aficionados culés.

La finalidad de *El Marcador* es informar y sobre todo debatir sobre la actualidad futbolística, centrándose en el Real Madrid y su rivalidad con el FC Barcelona. Para ello no dudan en dramatizar algunas situaciones que no tienen una importancia real. Se abren todo tipo de debates que alcanzan repercusiones sólo al alcance del mundo del fútbol.

Los contertulios no dudan en enfrentarse unos con otros, en echarse informaciones u opiniones en cara, en desautorizar las opiniones vertidas por los demás. Todo esto dentro del juego que nos propone o, mejor dicho, que crea la tertulia. El tono de presentador y contertulios es elevado, hecho que provoca que muchas veces se griten unos a otros. Por este motivo, podemos decir que la tertulia alcanza unas características propias de tertulia entre amigos. Este aspecto no es negativo, ya que goza de la aceptación de la audiencia.

Es indudable que, aunque se produzcan discusiones entre los contertulios y presentador, reina el buen ambiente entre ellos. Por ello, hay muchos momentos de humor que provocan risas tanto de los telespectadores como de los contertulios.

Finalizaremos el análisis del programa mencionando que éste posee tanto información como opinión. Sin embargo al ser una tertulia, prima el aspecto subjetivo sobre el objetivo. Cada contertulio da su opinión de acuerdo a sus informaciones que muchas veces no está lo suficientemente contrastada.

Muchas de las informaciones se utilizan para avanzar primicias que en algunas ocasiones no se rubrican. A veces estas primicias provocan que entre los contertulios se apuesten una cena entre muchas cosas para dejar en evidencia al otro. Ejemplo que deja claro que algunas informaciones están en el aire y por ello prima la subjetividad en el programa.

### *Punto Pelota*

*Punto Pelota* es un programa deportivo dirigido y presentado por Josep Pedrerol en la cadena de Intereconomía. Su horario de emisión es de lunes a jueves de 00.15 a 2.15 horas y los domingos de 23.00 a 1.00 horas.



La temática principal de este programa es el fútbol, realizan un repaso a los temas de actualidad de los equipos españoles en especial del FC Barcelona y del Real Madrid. Podemos considerar que Punto Pelota es un programa madridista, ya que los debates que tienen lugar se realizan sobre todo desde una postura de aficionado del Real Madrid.

El programa es una tertulia en la que varios periodistas deportivos de diferentes medios de comunicación, entrenadores y futbolistas retirados expresan sus opiniones acerca de los temas que se plantean. Normalmente, junto al presentador Josep Pedrerol suelen participar en la tertulia seis contertulios que no dudan en entrar en conflicto entre ellos para defender su opinión o criticar la de los demás. También participa en Punto Pelota una periodista/ reportera llamada Irene Junquera que realiza reportajes y lee los mensajes más importantes que envía la audiencia.

El presentador no es un mero moderador, ya que la relevancia de un periodista como Josep Pedrerol le permite puntualizar, matizar, criticar y rebatir muchas de las opiniones que tienen lugar en el programa.

El programa empieza siempre con un pequeño comentario en forma de editorial por parte del presentador sobre el tema más relevante del día. En esta intervención, Pedrerol también realiza un breve resumen sobre los aspectos que se van a tratar en la tertulia. Una vez acabada la presentación por parte del presentador, Irene Junquera recuerda a la audiencia que pueden participar en el programa mediante el envío de mensajes. Estos mensajes serán leídos por la misma durante el programa, además de aparecer en pantalla durante muchos momentos de la emisión. También se formulan preguntas de actualidad futbolística a modo de encuesta en la que pueden votar los telespectadores; durante el programa se irán conociendo los resultados.

Una vez acabada la introducción, entran los contertulios con la sintonía del programa, normalmente realizando bromas entre ellos. Ya sentados en el plató, Pedrerol los presenta preguntándoles sobre algún tema de actualidad; inmediatamente empieza la tertulia. Ésta sigue las directrices típica de cualquier tertulia deportiva realizada en la radio o la televisión, primero el presentador lanza una pregunta de actualidad y posteriormente los contertulios aportan sus ideas. Debido a esta semejanza, *Punto Pelota* también se emite en radio Intereconomía en diferido.

El programa combina la tertulia con reportajes, vídeos informativos, cebos propios de “Aquí hay tomate”, resúmenes de partidos, resultados y clasificaciones. Los domingos, *Punto Pelota* cambia ligeramente su dinámica porque no es sólo una tertulia, sino que también resume los partidos de la jornada futbolística de la Liga BBVA y tiene una sección de análisis táctico. Además, todos los días se repasan las portadas tanto de diarios impresos como digitales.

Los partidos de la jornada los resume de forma breve Mateo Fernández, menos los del Barcelona y Real Madrid en los que ofrece un resumen más extenso. También en la noche del Domingo tiene lugar el análisis táctico del partido de la jornada, en la que el ex entrenador Jorge D'Alessandro analiza los movimientos y jugadas más importantes del partido ayudado de un televisor donde rebobina y paraliza las imágenes.

Sin embargo, *Punto Pelota* también ofrece resúmenes durante la semana de partidos de: Liga, Copa de Europa, Euroliga, Copa del Rey y Selección Española. Por supuesto, siguen la misma línea de ofrecer mayor extensión en los resúmenes del Barcelona y sobre todo, del Real Madrid.

Una de las secciones que originan más debate es la dirigida los lunes por Joaquín Ramos Marcos (ex árbitro), en la que se repasan las jugadas más polémicas de la jornada. Ramos Marcos nos enseña los vídeos de las acciones más dudosas, ralentiza las imágenes, las repite y dicta un veredicto. Mientras tiene lugar esta sección, aparece en pantalla un muñeco animado vestido de árbitro y con la apariencia de Ramos Marcos, que realiza ciertos gestos dependiendo de las jugadas analizadas. Los contertulios y el presentador también dan su punto de vista. Una vez realizado el análisis arbitral, se compara la clasificación actual con la supuesta clasificación sin errores arbitrales. Al acabar de ver la clasificación de Ramos Marcos se enseñan en pantalla los equipos más beneficiados y los más perjudicados.

Otra sección del programa es La llave de Petón, en la que el famoso representante de futbolistas realiza un comentario poético sobre hechos que rodean al mundo futbolístico desde el lado más humano y personal.

*Punto Pelota* también dedica una sección al fútbol sudamericano en la que Pelayo, colaborador argentino, repasa los partidos más interesantes y resalta los jugadores más importantes de este continente. Tiene una gran aceptación, sobre todo entre el público de este continente.

Debido a que el gran patrocinador del programa es BBVA, durante la semana se realizan reportajes sobre los afortunados, que tendrán la oportunidad de participar en el Gol de tu vida; un evento que realiza el banco BBVA y otorga a los premiados la posibilidad de ganar 120.000 euros si meten un gol de medio campo en el descanso del partido de la jornada de la liga española.

En el programa tienen lugar de vez en cuando conexiones telefónicas con futbolistas, entrenadores y colaboradores del programa. La función de las llamadas a futbolistas y entrenadores tiene la finalidad de informar sobre aspectos futbolísticos de actualidad. Una labor distinta es la que cumplen las conexiones telefónicas de colaboradores del programa, ya que suelen llamar para contestar declaraciones de sus compañeros, aclarar errores arbitrales, o



matizar opiniones tuyas que han sido debate de actualidad. Todo esto con el objetivo de amenizar la tertulia y provocar confrontaciones.

También suelen traer invitados normalmente vinculados al mundo del fútbol: jugadores, entrenadores, directivos, presidentes, etc.

Otra característica del programa es el hecho de enfatizar y darle importancia a las palabras de los contertulios mediante su impresión en pantalla. Por ejemplo, Federic Ermel comenta en la tertulia que el Barça comienza el fin de ciclo y este mensaje inmediatamente después lo vemos en la pantalla.

Debido a la disparidad de opiniones, tienen lugar varios cara a cara entre diferentes contertulios, aspecto que aprovecha el programa para realizar un aporte visual mediante la separación de la pantalla en dos, en la que cada parte de la televisión se encuadra uno de los contertulios que está participando en este enfrentamiento.

*Punto Pelota* es una tertulia futbolística que como ya hemos dicho, recoge características de la radio e incorpora elementos visuales propios del medio televisivo. A la ya citada separación de pantalla en los enfrentamientos, se les añaden vídeos de actualidad y reportajes. En varias ocasiones, mientras los contertulianos están debatiendo sobre diversos temas se muestran en pantalla imágenes que actúan de apoyo visual (goles, jugadas, entrenamientos, etc.) para que el espectador se enriquezca con éstas y no observe siempre a los periodistas. Algunas veces estas imágenes van acompañadas con una o dos ventanas en las que aparecen la imágenes de los contertulios. Los reportajes suelen ser realizados la inmensa mayoría por Irene Junquera.

Además, en numerosas ocasiones los participantes de la tertulia emiten mensajes mediante la mirada a cámara dotándole a este recurso de una importancia mayor de la que verdaderamente tiene. A veces, este elemento se utiliza en los minutos finales de programa para darle mayor trascendencia a las palabras del contertulio en cuestión y provocar una cierta tensión entre la audiencia para conseguir que permanezcan hasta el final.

Uno de los puntos fuertes del programa son el presentador y los contertulios. Josep Pedrerol dirigió durante siete años el exitoso magacín Deportivo *El día después* hasta que fichó por la

recién creada *Punto Radio* para presentar su programa deportivo. Ahora dirige y presenta desde Septiembre del 2008 el magacín deportivo de medianoche de la cadena Intereconomía *Punto Pelota*.

Por el plató de *Punto Pelota* pasan los colaboradores más importantes de todos los medios de comunicación deportivos: Tomas Roncero (As), Petón (SER), Pulido (SER), Matallanas (COPE), Siro López (Telemadrid), Damián González (La Gaceta), Iñaki Cano (Onda Cero), Federic Ermel (L'Equipe), Elías Israel (Sportyou.com) etc. También participan ex futbolistas como Lobo Diarte, Paco Buyo, Loco Gati; un ex entrenador como Jorge D'Alessandro y un ex árbitro como Joaquín Ramos Marcos. La presencia femenina en la tertulia la aporta la periodista culé Carme Barceló que mantiene muchos enfrentamientos con Tomás Roncero. La presencia de estos contertulios no es diaria, ya que por el plató de *Punto Pelota* se van turnando.

El plató de *Punto Pelota* es original porque presentador y contertulios se sientan en banquillos de fútbol, cada uno con una pelota de fútbol. Son dos banquetas que forman un ángulo de 90° en la que cada una de ellas se sientan tres contertulios, normalmente en cada una de las banquetas se encuentran periodistas que defienden posiciones diferentes. En medio de las dos banquetas o banquillos se encuentra el presentador Josep Pedrerol, que podríamos decir que cumple la función de “entrenador”.

Además, la reportera Irene Junquera se sitúa al lado de una de las banquetas con un atril donde permanece de pie durante todo el programa para leer los mensajes de los telespectadores. Este hecho es característico de la cadena Intereconomía, ya que en otros programas de la casa como *El Gato al Agua* también se tiene a una periodista de pie leyendo mensajes.

La sección de análisis táctico del partido de la jornada no transcurre en los banquillos donde tiene lugar la tertulia. Josep Pedrerol y Jorge D'Alessandro se levantan de sus banquillos en dirección hacia una mesa con una pantalla detrás. En está pantalla observaremos los movimientos tácticos.

La estética del plató cumple las características de la cadena Intereconomía, ya que predominan los colores blancos, azules y negros. En el plató se observan varias televisiones donde se emiten

imágenes futbolísticas de actualidad o imágenes del logo del programa. Las paredes están cubiertas por unos murales con el logo del programa e imágenes de futbolistas.



La finalidad de *Punto Pelota* es contar la actualidad futbolística sin tapujos, con humor y en tono desenfadado. El humor está presente en gran parte del programa, ya que muchas veces los contertulios utilizan sus habilidades con la pelota para representar situaciones futbolísticas de actualidad. Además, durante la emisión hay innumerables momentos donde los periodistas sueltan carcajadas. El público también contribuye a conseguir el tono desenfadado y cómico del programa enviando mensajes graciosos.

Hay una cierto “colegueo” entre varios contertulios del programa al igual que enfrentamientos. Se crean debates que alcanzan una gran repercusión pese a veces carecer de fundamento. Un objetivo que persiguen es avivar la llama de la polémica y para ello no dudan en darle fiabilidad a simples rumores. Debido a los gritos, discusiones y ambiente revuelto que alcanza el programa en ciertos momentos, son considerados por muchos la caverna mediática madrileña.

En *Punto Pelota* el debate entre información y opinión deja claro que es un programa basado en la subjetividad de su presentador y contertulios, ya que en la mayoría de los casos vierten su opinión, algunas veces sin rigor informativo.

Por último, *Punto Pelota* basa su audiencia lógicamente en espectadores que les gusta el fútbol. Sobre todo en aficionados madridistas y en menor medida seguidores culés. Debido a que es un programa meramente deportivo, la línea editorial de la cadena no impide que cualquier televidente, aficionado al fútbol, sea espectador de *Punto Pelota*.

### *Deportes a Tope*

*Deportes a Tope* es un programa deportivo dirigido y presentado por el ex periodista de RTVV Paco Lloret en la cadena Popular TV. Su horario de emisión es de Lunes a viernes de 22.45 a 00.00 horas.

La temática principal de este espacio deportivo es repasar la actualidad del deporte valenciano, especialmente de los equipos de fútbol valencianos de primera y segunda división. El mayor tiempo de emisión del programa está dedicado a tratar los temas de actualidad que acontecen al Valencia CF, debido a que es el equipo más representativo y con más seguidores de la Comunidad Valenciana. Popular TV ha apostado por el deporte valenciano debido a que se le concedió una licencia autonómica de emisión en esta comunidad.

*Deportes a Tope* es un magacín deportivo donde mayoritariamente predomina la actualidad futbolística. El programa es básicamente una tertulia deportiva en la que participan normalmente el presentador, Paco Lloret, junto a sus dos contertulios Diego Osorio y Nacho Ballester. La tertulia se combina con entrevistas a personajes del deporte valenciano, reportajes y resúmenes de partidos de fútbol.

El presentador, como ocurre en las tertulias deportivas, no ejerce como simple moderador, ya que opina sobre todos los temas que se tratan. La figura de Paco Lloret es importante en el programa debido a su estilo periodístico tranquilo, formal, educado y sin exageraciones, ya demostrado en su dilatada trayectoria en la RTVV. Un ejemplo de la importancia que tiene el presentador en el programa, es que la cabecera del propio está dirigida a realzar la figura de Paco Lloret. Además, se remarca la jerarquía del presentador debido a que no viste con la camiseta característica del programa.

*Deportes a Tope* comienza después de la cabecera del programa con los saludos de Paco Lloret a la audiencia, acompañados de un resumen de los temas más importantes. Cuando finaliza este breve resumen, que normalmente suele tratar temas del Valencia CF, Paco Lloret saluda a Diego Osorio el cual realiza un breve comentario sobre los hechos destacados de los equipos valencianos, excepto del Valencia CF. Después del comentario de Osorio, el presentador saca a relucir otro tema que sirve de introducción para saludar y presentar al otro contertulio, Nacho

Ballester, quien realiza un resumen sobre los temas principales que marcan la actualidad del Valencia CF, anticipa ruedas de prensa, entrevistas, etc.

Una vez finalizada la intervención del segundo contertuliano/colaborador, Paco Lloret habla sobre las portadas que tendrán lugar en el día siguiente. También saca algún tema más para que los contertulios vayan anticipando información hasta que finalmente recuerda a los telespectadores que pueden participar en el programa mediante la vía sms.

La introducción da paso a una serie de informaciones que se van produciendo durante el programa, acompañadas de entrevistas, ruedas de prensa, reportajes, resúmenes de partidos o imágenes del entrenamiento. Habitualmente, el programa comienza abordando la actualidad del Valencia CF que suele ocupar más de la mitad de la duración total del mismo. Una vez acabada la actualidad valencianista empiezan las informaciones que acontecen al Villarreal. Después del Villarreal se abordan los temas más importantes de los equipos valencianos de segunda división, para finalizar con la actualidad del baloncesto valenciano.

El programa intenta conseguir una sensación de interactividad mediante la participación de los telespectadores vía mensajes de texto. Paco Lloret suele leer y comentar los mensajes más llamativos o importantes.

El programa se nutre con imágenes que sirven para enriquecer y ampliar las informaciones. Muchas de estas imágenes sirven como soporte visual para que los contertulios vayan informando o debatiendo sobre el tema correspondiente. Debido a que se sirven de las imágenes de las ruedas de prensa, la mayoría de éstas se interrumpen para tratar diversos temas y separarlos del bloque temático que ha marcado el presentador.

El plató del programa está compuesto por una mesa rectangular de color blanco donde en el centro de la misma está situada la línea divisoria emulando un campo de fútbol. En esta mesa se encuentran en el medio el presentador asistido a su lados por los dos contertulios. Detrás del presentador se sitúan dos televisiones mientras que detrás de cada colaborador se encuentra una televisión. En estas televisiones se observan imágenes del logotipo del programa y se reproduce publicidad.

Los colores que predominan en el plató son el blanco, azul y verde; propios de la cadena de televisión Popular TV. Además, el verde y el blanco son los colores que caracterizan el logotipo de *Deportes a Tope*. Los colaboradores, para remarcar el color verde, característico del fútbol, llevan camisetas verdes.

La finalidad del programa es informar sobre los temas de actualidad del deporte valenciano desde el rigor informativo, que parece ser que ha desaparecido en el periodismo deportivo a favor del alarmismo y la polémica. El tono que utilizan en el programa es tranquilo y calmado que va unido a un ritmo lento, quizás a veces, demasiado. Pese a esta seriedad o aspecto más formal del programa, como todo magacín, hay momentos de humor que se consiguen gracias a los comentarios de telespectadores o colaboradores.

El programa intenta conseguir la audiencia de las personas adultas que siguen el deporte valenciano, en especial de los aficionados del Valencia CF. *Deportes a Tope* puede abarcar telespectadores que no siguen la línea editorial de la cadena Popular TV.

Finalmente hay que destacar que en este programa se diferencian de manera adecuada y entendible las partes que tienen de información y de opinión. En *Deportes a Tope* predomina mayoritariamente el tiempo dedicado a la información. La información se trata con rigurosidad y las opiniones rechazan las posturas típicas de forofos y los fanatismos.

### *Minuto y Resultado*

Minuto y Resultado es un programa deportivo semanal presentado por Patxi Alonso en la cadena La Sexta. Su horario de emisión son habitualmente los domingos de 16.55 a 20.30 horas. También se ha realizado alguna vez los sábados.



La temática principal de Minuto y Resultado es realizar una especie de carrusel radiofónico futbolístico aplicado a la televisión. La ventaja con la que cuenta este carrusel es que no sólo ofrecen las novedades de los partidos en directo, además ofrecen imágenes de los partidos que ya han concluido. Como sucede en los programas deportivos a nivel nacional, le dedican mayor tiempo al Real Madrid y al FC. Barcelona.

El programa suele comenzar con el saludo del presentador (Patxi Alonso) y los colaboradores (Antonio Maceda, Gica Craioveanu y Kiko Narváez) que están de pie delante de la pantalla de visualización. Los presentadores comentan entre ellos lo que dará de sí esta jornada de una forma dinámica, distendida y humorística. Después de esta presentación el presentador junto a dos de los colaboradores se sientan en la mesa realizando los primeros comentarios y la primera ronda de los partidos. Cabe destacar que los colaboradores van turnándose en la mesa dependiendo el bloque temático en el que estén.

Cada cierto tiempo, durante todo el programa se realizan rondas en la que Patxi Alonso da paso a los periodistas que están siguiendo las evoluciones de los partidos de la Liga de Primera División. Estos periodistas informan de los goles, tarjetas, polémicas y situaciones de interés. A parte de las rondas, también se conecta con los periodistas si ha habido goles o acciones de interés. Después de las conexiones, el presentador y sus colaboradores realizan comentarios sobre lo acontecido. Los partidos de segunda división también se siguen, pero sin periodistas pendientes de ello; cuando hay goles se muestra en pantalla un marcador pequeño con el nombre de los equipos y el goleador.

Pero no sólo de las conexiones con los partidos en juego vive el programa, sino que también existen varias secciones. La película de Maceda es una de las secciones en las que el ex jugador analiza cuáles han sido las claves del partido del sábado que normalmente suele ser el jugado por el Madrid. Algunas veces se analizan los aspectos claves del partido que aún tiene que disputar el Real Madrid. La pauta de la sección es visionar en pantalla frases resumen e inmediatamente Maceda comentar las jugadas mediante las imágenes del partido.

También tienen lugar secciones como el Minuto de Oro, que resume la jugada más importante del partido más interesante de la jornada del sábado. Algunas veces, esta sección sirve para visionar el minuto que más espectadores ha tenido el partido que ofrece La Sexta los sábados.

Otra de las secciones es La Jugada Rexona, en las que se ofrece la jugada más limpia de la jornada. La jugada limpia puede ser dos entrenadores abrazándose, dos jugadores de equipos contrarios ayudándose, o jugadas destacadas por su calidad técnica.

La pizarra de Gica es la sección en la que Gica Craioveanu se levanta y se desplaza a la pantalla grande situada a la derecha del plató desde donde analiza de pie las jugadas y acciones claves de uno de los partidos del sábado. Normalmente analiza los partidos del FC Barcelona. Algunas veces se analizan los aspectos claves del partido que jugará el Barcelona. Gica no duda en paralizar jugadas, rebobinar y señalar trazos.

Una sección importante es La polémica, en la que Patxi Alonso repasa las acciones más polémicas que acontecieron la jornada del sábado. Durante el visionado de las jugadas presentador y co-presentadores opinan sobre las mismas.

Los Pellizkikos es la sección presentado por Kiko, donde desde pie en la pantalla grande de visualización, repasa las curiosidades que han tenido lugar en la jornada del sábado tanto en el terreno de juego como en sus alrededores. Pueden ser imágenes de seguidores, entrenadores, futbolistas, periodistas o acciones que ocurren en el terreno de juego. Estas acciones son comentadas con humor y desparpajo. También tiene lugar una sección llamada El futbolero Coca-cola en la que un reportero realiza reportajes, entrevistas y vídeos sobre iniciativas temas intrascendentes del panorama futbolístico; todo esto siempre con un tono divertido y humorístico.

Además de estas secciones que tienen lugar en la primera parte del programa, se realizan reportajes, vídeos y resúmenes de otros partidos del sábado de primera división. Pero no sólo se realizan resúmenes de primera división, sino que también hay una sección llamada Fútbol de Plata en la que se realiza un resumen ampliado del partido de Segunda División del domingo a las 12. Aquí se realiza una narración en falso directo.

En otra sección llamada Pelotazos, observamos todos los goles de la jornada en segunda división de los partidos del sábado. Maceda cita los goleadores y realiza comentarios sobre los partidos, apoyada, en ocasiones, por los otros dos presentadores.



En *Minuto y Resultado* hay tiempo para la Premier, ya que se realizan resúmenes de los partidos más atractivos de la premiere mediante la fórmula de narración en falso directo.

En la segunda parte del programa, que suele ser a partir de las 19.15 horas, se procede al análisis de todos los partidos de primera división que se han disputado a las cinco de la tarde. Se ofrece un amplio resumen de ellos mediante la narración en falso directo como en el caso de Fútbol de Plata. Hay que matizar que los partidos del sábado no se resumen en falso directo, ya que se analizan tácticamente por Gica y Maceda. Al final de los resúmenes se repasa la clasificación de la Liga BBVA.

Una vez acabados los resúmenes de primera división, se vuelven a visualizar todos los goles que ha habido en la jornada de liga. Después de ofrecer todos los goles de primera, tiene lugar una sección en la que se resumen los goles de los partidos de la Liga Adelante que faltan (2ª División) y se realiza un repaso a la clasificación.

Hay que remarcar que durante todo el programa se nos ofrecen mensajes de advertencia sobre situaciones interesantes que han ocurrido en la jornada, tales como: goles, penaltys, expulsiones, etc.; mientras se están viendo resúmenes, reportajes o algunas secciones.

Otro aspecto característico es la gran aportación visual del programa. Aparte de la cabecera y cortinillas de *Minuto y Resultado*, hay que destacar dos objetos animados como Chicharro y Don Silbato. Chicharro es un objeto animado en forma de hombre con bombo que sale en pantalla cada vez que hay un gol en la ronda. Por su parte, Don Silbato es un personaje que sale cuando hay alguna jugada polémica.

Cuando se realizan las conexiones, la pantalla suele dividirse en dos, con Patxi Alonso a un lado y los reporteros al otro. Se realiza una presentación en la que se da el paso a los reporteros. En el momento que se da el paso al reportero, éste ocupa toda la pantalla. Junto al periodista que lleva cascos emulando a los reporteros radiofónicos; aparecen en pantalla el resultado del partido, los tiros, las tarjetas, la posesión y la posición virtual que ocuparían ambos equipos.

Muchas veces observamos en pantalla a todos los reporteros. Hay que puntualizar que cuando se divide la pantalla o entran los reporteros, no la ocupan toda, ya que los reporteros y las estadísticas se sitúan sobre un fondo azul oscuro.

El plató de *Minuto y Resultado* es innovador, ya que su composición es moderna y futurista. Para ello han utilizado el color azul oscuro y el blanco. El plató está repleto de luces fluorescentes que aumentan la sensación futurista de los colores predominantes. Además, está compuesto por una mesa irregular en la que se ven vídeos de fútbol. Detrás de la mesa encontramos la redacción del programa, donde se observan a los periodistas trabajando. Encima de ella observamos una pantalla electrónica en la que se van sucediendo mensajes.



No sólo es futurista por los colores fluorescentes, sino que también por la composición de las formas que componen el plató. El plató contiene una pantalla grande utilizado por varios colaboradores para sus secciones. En otro lugar se sitúa la centralita, donde los reporteros están siguiendo los partidos de la jornada.

La finalidad del programa es informar sobre la actualidad de la jornada ligera mediante la fórmula del carrusel. Se adapta el formato radiofónico a la televisión con la ventaja que otorgan las imágenes, ya que a parte de informar sobre las novedades de los partidos también se realizan los resúmenes de los mismos. Se le da una mayor cobertura al FC Barcelona y al Real Madrid.

Los componentes del programa utilizan un lenguaje muy accesible para cualquier público con un tono desenfadado, calmado y atractivo. Los colaboradores realizan comentarios graciosos y bromas entre ellos. Transmiten el lado más positivo del fútbol para conseguir la sensación de felicidad en el telespectador. El programa tiene un ritmo dinámico, que lo consiguen gracias a la

pasión con la que Patxi Alonso y sus compañeros viven la jornada, y sobre todo al fútbol en directo. MYR tiene un ritmo rápido, ágil, a contrarreloj y sin pausa.

La audiencia de *Minuto y Resultado* está compuesta claramente por gente a la que le gusta el fútbol y quiere seguir la jornada liguera. Normalmente este programa esta orientado a aficionados entre los 14 y 35 años. Hay que considerar que la Sexta es una cadena que intenta acoger en su audiencia a la gente joven. La ideología de la cadena no impide que el programa contenga colaboradores de la COPE como Kiko Narváez y militantes del PP como Gica Craioveneau. En los programas deportivos normalmente intentan apartar las batallas ideológicas dándole al deporte la mayor importancia.

Por último, destacar que el programa combina muy bien la información con la opinión. La información tiene lugar en todo lo que acontece a los datos objetivos de la jornada como goles, resúmenes, etc.; mientras que la opinión se presenta en las ideas vertidas por los componentes del programa acerca de jugadas dudosas o análisis futbolísticos.

### Audiencias

En la temporada 2009-2010 los magazines deportivos han comenzado a consolidarse en algunas cadenas de televisión. Unos programas con mayor éxito que otros, pero todos ellos con un número fiel de seguidores.

Entre los seis programas que hemos podido seguir los índices de audiencia, quienes cosechan mejores datos son los clásicos magazines que resumen la jornada de la Liga BBVA, que llevan años emitiéndose en las cadenas generalistas y autonómicas. Es el caso de *Estudio Estadio* en La 2, de *Minuto y Resultado* en La Sexta y *Minut a Minut* en Canal 9.

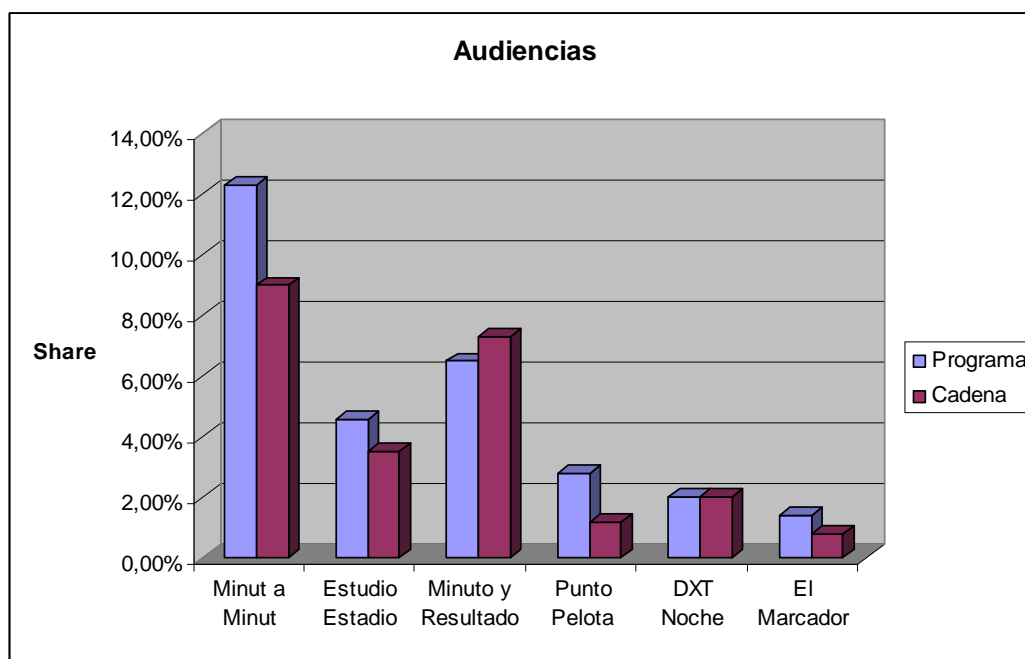
*Minut a Minut*, a nivel autonómico obtiene una buena audiencia, ya que suele reunir los domingos por la noche alrededor de 280.000 espectadores con una media de share del 12,3 %. Estos datos mejoran el share medio de Canal 9 que se sitúa en un 9 %.

El programa con más éxito a nivel nacional es *Estudio Estadio*, ya que consigue en las noches de domingo una media de share del 4'6 % y reúne alrededor de 793.000 espectadores. Estos datos mejoran el share medio de La 2, que suele situarse sobre un 3,5 %.

Entre nuestros seleccionados, *Minuto y Resultado* obtiene la segunda plaza, ya que aunque consigue las tardes del domingo un 6,5 % de audiencia (superior a *Estudio Estadio*), reúne menos espectadores, alrededor de 740.000. Estos datos están ligeramente por debajo del share medio de La Sexta, que suele situarse en torno a un 7,3 %.

Entre los programas emergentes tienen mayor éxito *Punto Pelota*, ya que consigue por las noches un share medio de 2.8 % reuniendo alrededor de 290.000 espectadores. Los datos obtenidos mejoran espectacularmente el share medio de Intereconomía, que suele situarse alrededor del 1,2 %. Por este motivo, es considerado uno de los programas estrella de la cadena. Siguiendo la estela de *Punto Pelota* se sitúa *Deporte Noche*, que tiene la particularidad de ser emitido por tres cadenas de televisión (Teledeporte, La 2 y 24 horas). Suele conseguir por las noches un share medio del 2 % y reúne alrededor de 210.000 espectadores. Los datos obtenidos suelen situarse alrededor de la media de estos tres canales pertenecientes al grupo RTVE.

Por último, encontramos *El Marcador*, que consigue por las noches un 1,4 % de share, reuniendo a 110.000 espectadores. Sus datos superan la media de Veo 7, que se sitúa sobre el 0,8 %.



## Similitudes

Los magazines deportivos descritos en el trabajo guardan ciertas semejanzas. La principal es que en todos ellos impera la información futbolística sobre la de los demás deportes. Los programas le dedican la mayor parte o su totalidad a hablar sobre la actualidad futbolística.

En todos los programas observamos el predominio masculino en el plató, debido supuestamente, por la mayor afición al mundo del balompié. Los presentadores de los siete espacios son conducidos por hombres, hecho que está cambiando paulatinamente en los espacios informativos dedicados al deporte.

El comienzo de estos programas empieza con una editorial de los presentadores, algunos más fieles a este género periodístico; otros, más en modo resumen/sumario. Entran en contacto con los aspectos más importantes de la actualidad deportiva.

La tertulia es la modalidad dominante en *Deportes a Tope*, *Punto Pelota* y *El Marcador*; ya que todo gira alrededor de las opiniones de presentador y contertulios. En *Minuto y Resultado*, *Minut a Minut* y *Estudio Estadio* también tienen la oportunidad de verter sus opiniones siempre de forma escalonada entre los periodistas, especialistas e invitados al final de cada resumen de partido.

Una particularidad de estos magazines es la necesidad de contar con invitados procedentes del deporte profesional (mayoritariamente futbolistas) que doten de mayor interés, ya que se les realiza una entrevista donde se les pregunta por aspectos de la actualidad deportiva y más concretamente, futbolística. Suelen contar con contertulios que han sido jugadores o entrenadores.

La interactividad del público está aumentando, sobre todo en *Punto Pelota*, *El Marcador* y *Deportes a Tope* donde los espectadores envían sms que aparecen en pantalla, son leídos y además muchos de ellos comentados por presentador y contertulios. En *DXT Noche*, también se fomenta la participación del espectador ya que tienen una sección que se basa en vídeos y fotos que envía la audiencia.

En estos programas se utiliza un tono desenfadado con un lenguaje sencillo y muchas veces en clave de humor. El buen ambiente reina, aunque en *Punto Pelota*, *Deportes a Tope* y *El Marcador* se producen algunas discusiones propias del debate. El ritmo es dinámico y ágil, se pasan de unos temas a otros en cualquier instante.

Cada vez más, la aportación visual cobra más relevancia. Observamos figuras virtuales, cabeceras modernas y logotipos sugerentes. También es importante la música, ya que ayuda a amenizar el desarrollo de estos programas.

Los “ganchos” propios de *Aquí hay tomate*, están apareciendo cada vez más en los magazines deportivos, sobre todo a raíz de su trascendencia en *Noticias Cuatro Deportes*. Este fenómeno es utilizado especialmente por *Punto Pelota*, *El Marcador* y, en algunas ocasiones, por *Minuto y Resultado*.

Finalmente, sobre el tratamiento de la información en los medios nacionales, la mayor parte del tiempo está dedicado a los equipos de fútbol del Real Madrid y del FC Barcelona.

## Diferencias

Las principales diferencias radican en la franja horaria, la duración, la periodicidad y el objetivo principal que tienen los siete magazines analizados. En cuanto a la franja horaria, *Minuto y Resultado* se emite por la tarde desde las 17 horas hasta las 20.30. Por su parte, *Deporte Noche*, *Deportes a Tope*, *Estudio Estadio* y *Minut a Minut* se emiten en Prime Time, sin empezar todos ellos a una misma hora. El late night queda para *Punto Pelota* y *El Marcador*, que muchas veces varían su horario de inicio.

La duración varía dependiendo cada programa; quien más tiempo le dedica es el carrusel de *Minuto y Resultado* con tres horas, seguido de *El Marcador* y *Punto Pelota* con dos horas, inmediatamente después *Estudio Estadio* con 90 minutos, *Deportes a Tope* con 75 minutos y finalmente *Minut a Minut* y *DXT noche*, con alrededor de 45 minutos.

Sobre la periodicidad, encontramos a *Minuto y Resultado*, *Estudio Estadio* y *Minut a Minut* que se emiten únicamente los domingos en los que hay liga. Por su parte, *Punto Pelota* tiene lugar de

domingo a jueves, *El Marcador* de lunes a jueves y, *DXT Noche* y *Deportes a Tope*, de lunes a viernes.

Cada magacín deportivo persigue unos objetivos. *Minut a Minut* resume los partidos de la Liga BBVA, dando una mayor relevancia a lo que haga el Villarreal y, especialmente, el Valencia CF. *Deportes a Tope*, en cambio, tiene como principal objetivo repasar la actualidad deportiva diaria de los equipos valencianos a modo de tertulia, dando mayor importancia al Valencia CF. *Punto Pelota* y *El Marcador* repasan principalmente la actualidad diaria de Real Madrid y Barcelona, con mayor afecto a este primero. Algunas veces informan sobre otros deportes, pero de forma muy puntual. *Punto Pelota*, además resume la jornada liguera de los domingos. *DXT Noche* es un programa más polideportivo e informativo que el resto de los que hemos analizado. *Estudio Estadio* tiene como objetivo resumir todos los partidos de Liga con una mayor extensión que el resto de programas, dando mayor relevancia a Madrid y Barça. Por último, *Minuto y Resultado* realiza un carrusel en las tardes del domingo con previas, conexiones en directo y resúmenes.

Otra diferencia es que *DXT Noche* ha innovado en el tratamiento de la imagen mediante movimientos de cámara en hombro, planos “desenfocados”, acciones que aportan dinamismo, agilidad, rapidez y ritmo trepidante. *Minuto y Resultado* tiene unos elementos gráficos mucho más elaborados que el resto de magacines, sólo está a la altura *DXT Noche*. Además, la disposición del plató contribuye a producir una gran sensación visual en el espectador.

La seriedad también es un rasgo que diferencia los programas analizados. *Estudio Estadio*, *DXT Noche*, *Deportes a Tope* y *Minut a Minut* cuidan mucho el lenguaje, las opiniones y adoptan una forma de periodismo más serio. Caso diferente al de *Minuto y Resultado* y, sobre todo, *Punto Pelota* y *El Marcador*, que montan un show televisivo a partir de las discusiones, opiniones, informaciones y enfrentamientos. Avivan la llama de la polémica o exageran la pasión por el fútbol.

## Conclusiones

El magacín deportivo es un género que tiene su público fiel y que no necesita de un presupuesto desorbitado para producirlo. La proliferación de canales temáticos y la aparición de nuevas cadenas de televisión han consolidado la presencia en las parrillas de este tipo de programas. De

entre los magazines deportivos, destacan los que dedican su tiempo total al fútbol o al menos la inmensa mayoría. Son los preferidos entre la audiencia española.

Se puede dividir dos tipos de magacín “fútbolístico”: los que tratan la actualidad diaria y los que se dedican a emitir resúmenes de los partidos de la jornada. Estas dos formas tienen detalles que provocan la diferencia entre los distintos magazines. En los primeros la tertulia cobra mayor relevancia y es una parte muy importante del programa. En los programas-resumen de la jornada no hay cabida para hablar sobre otros deportes, mientras que en los demás sí. Aunque aquí hayamos separado las dos formas de realizar un magacín deportivo en la actualidad, las características suelen mezclarse y muchas veces un programa de actualidad diaria ofrecer resúmenes y uno de resúmenes ofrecer información de actualidad. El fútbol provoca que la estructura de los magazines deportivos no sea rígida, uniforme y aburrida. Siempre pueden añadirse más contenidos y secciones.

Los magazines deportivos aunque tienen sus pequeñas diferencias guardan ciertas similitudes. Los programas a nivel nacional siempre dedican el mayor tiempo a los dos clubes con más aficionados del fútbol español, el Real Madrid y el FC Barcelona. Por su parte, en los de nivel autonómico predomina la actualidad valencianista en un primer escalón y la del resto de los equipos valenciano en un segundo. En los magazines tienen lugar entrevistas a figuras del fútbol. Entre los contertulios de los programas suelen haber ex futbolistas y ex entrenadores que aportan sus conocimientos fútbolísticos y muchas veces suelen tener una sección propia en la que analizan tácticamente partidos o jugadas puntuales.

Entre las diferencias se encuentran la disposición del plató, los recursos visuales y la música; unos magazines cuidan más estos aspectos que otros. También cambia el estilo periodístico de unos a otros dependiendo la seriedad y rigurosidad de cada programa. Hay quienes siguen un orden disciplinado de los acontecimientos y hay quienes fomentan la espontaneidad, la tensión y la pasión de los contertulios.

Estos magazines suelen tener mejor cabida en los canales temáticos o los que están en auge después del apagón analógico y la aparición de la TDT. Además, sigue funcionando, en cierto modo, los programas-resumen en La 2 y Canal 9. Como curiosidad, destacar que Marca y Mediapro han llegado a un acuerdo en la que lanzaran el canal Marca TV (temático de deporte) aprovechando el Mundial de Baloncesto cuyos derechos tiene La Sexta. *Minuto y Resultado* y *El*



*Marcador* pasarán a emitirse en este nuevo canal que empezará su andadura a finales de agosto. Este es un ejemplo claro del éxito de los canales temáticos y de la demanda de deporte y, sobre todo, fútbol.

Finalmente, en cuanto a la publicidad, la mayoría de estos magazines recurren al patrocinio como complemento a los spots publicitarios. Normalmente, suelen ser productos teóricamente dirigidos a los hombres ya que éstos son los que más consumen este tipo de programas. La publicidad presente en los magazines suelen patrocinar las secciones (“Mahou patrocina los mejores goles de la jornada”) e incluso dar título a muchas de ellas (La jugada Rexona, El futbolero CocaCola). Otras veces, simplemente utilizan un espacio para dar cabida al patrocinio (BBVA, FIFA 2010). Algunas secciones son realizadas con el principal objetivo de publicitar las marcas anunciantes.

## Propuesta de título del nuevo magacín

*El fútbol es así* será el título del magacín deportivo que vamos a proponer en este proyecto. La elección se basa en que esta frase es usada por muchos futbolistas, entrenadores o profesionales de este deporte para expresar los hechos inexplicables que muchas veces ocurren en el mundo del fútbol: que gane el que haya jugado peor, que un árbitro perjudica a tu equipo o que un jugador esté negado. Se utiliza como muletilla y esta expresión es usada comúnmente por aficionados y periodistas en repetidas ocasiones.

Esta frase denota que en el fútbol es un deporte apasionante, trepidante, divertido y del que te puedes esperar cualquier cosa. El programa pretende tratar el fútbol como un gran espectáculo donde nunca se puede caer en el aburrimiento. Como este magacín deportivo iba a tratar totalmente de fútbol, era esencial utilizar una palabra en el título que demostrara al espectador que lo que tienen ante sí es un programa balompédico. Otros ya han utilizado semejante vocabulario futbolístico: marcador (*El Marcador*), pelota (*Punto Pelota*), estadio (*Estudio Estadio*).

No sólo perseguíamos que el título empleara vocabulario sobre elementos que tienen lugar en el fútbol, sino que queríamos ir más allá; por eso escogimos una expresión popular que resumiera de una forma breve, sencilla a la vez que contundente, sobre todo los que significa el deporte rey en España.

El nombre del programa, *El futbol es así*, también pretende demostrar que el tono del mismo va a ser desenfadado, distendido, divertido, con toques de humor, a la vez que serio, con rigurosidad informativa y opiniones lejos de la demagogia y la polémica barata.

Además, visualmente, el nombre del programa es muy sugerente y atractivo. Con la “o” se ha pretendido jugar con los elementos futbolísticos, ya que será una pelota. Con la “ele” y la “te” se ha querido dibujar dos piernas de jugadores con sus calzas y botas. Por último, la “b” será un silbato que alude a que aparte de futbolistas (“ele” y “te”) y balón (“o”), se necesita un juez para impartir justicia. Todo esto perfectamente legible gracias a la asociación de las letras que guarda nuestro cerebro.

Finalmente, con este título se pretende evocar al espectador que el programa abarca todos los campos posibles del fútbol ya que se tratarán contenidos originales que no se ven en los

magazines deportivos actuales. A parte, se intenta desdramatizar este deporte dándole relevancia sólo para disfrutar de él como un gran espectáculo evasivo de la crueldad de la vida real, viendo los aspectos positivos que tiene.

## **Idea**

### **Género**

El programa de televisión propuesto pertenece al género del magacín, concretamente al magacín deportivo. Sin embargo, sólo se tratarán temas del fútbol, ya que es el deporte más representativo y con más seguidores en España. Si existiera un subgénero más específico que la de magacín deportivo, consideraríamos a nuestro programa como un magacín futbolístico. Este tipo de espacios están creciendo después de la aparición de la televisión digital terrestre y su proliferación de canales.

### **Sinopsis**

*El fútbol es así* repasará cada noche de lunes a viernes en horario de primer time la actualidad futbolística de los equipos españoles. El programa combinará la información con la opinión. Además, contará con varias secciones, unas diarias y otras semanales, que tratarán de amenizar las dos horas de emisión con, noticias, entrevistas, reportajes, tertulias y dibujos animados. La finalidad del magacín es informar a la gente sobre la actualidad futbolística con un tono desenfadado, divertido, riguroso. También se persigue que el telespectador conozca y aprenda las particularidades del deporte del fútbol.

### **Claves del éxito**

El éxito del magacín radica en la importancia que tiene el fútbol en la sociedad española, ya que es conocido por todos como el deporte rey capaz de levantar pasiones y unir a las personas. En la faceta económica, su viabilidad es posible debido a que los costes de producción son asequibles.

*El fútbol es así* será un programa distendido con tintes de humor pero con una rigurosidad informativa ejemplar. Tendrá secciones interesantes que buscarán repasar la historia del fútbol o que tratarán de enseñarnos el fútbol más humilde.

Un aspecto importante, será la interactividad con los telespectadores, ya que podrán participar realmente en el desarrollo del programa. Desde casa, el público podrá enviar mensajes desde el móvil o cualquiera de las redes sociales, por supuesto, los más interesantes serán leídos a la vez que comentados. Además, contribuirán a entrevistar al personaje futbolístico invitado (mensajes

o llamada telefónica), elegir el contertuliano ganador del debate y realizar la quiniela. Pero lo realmente novedoso es que la tertulia de los viernes estará copada por telespectadores, también participarán en una sección dedicada a conocimientos futbolísticos. Con esta particularidad, se intenta transmitir una relación de proximidad con la audiencia para que sientan el programa como suyo, ya que son escuchados y contribuyen a su elaboración.

Por otro lado, se les dará más importancia a los clubes con mayor número de seguidores, ya que esto se transmite en más números de telespectadores. Pero esto no se convertirá en un duelo Real Madrid-FC Barcelona típico de la mayoría de programas. En nuestro magacín se ampliará la información a Sevilla, Valencia, Atlético e incluso tendrán su justa relevancia equipos más modestos con el propósito de dar cabida a todos los aficionados al fútbol.

### Referencias del programa

El magacín se ha inspirado en varios programas de televisión, de radio y en prensa digital. La tertulia es un elemento característico de *El Marcador*, *Punto Pelota* y *Deportes a Tope*. Los Marcatoons de [www.Marca.com](http://www.Marca.com) han ayudado a crear “Los Tiki-Taka”. El editorial está presente de manera más contundente en *Punto Pelota*. Las secciones de análisis táctico las encontramos en *Punto Pelota*, *Estudio Estadio* y *Minuto y Resultado*. La forma de presentar las noticias recoge, en cierto modo, la forma de actuar de *La Sexta Deportes*. El leer las portadas de la prensa es típico de *El Marcador* y *Punto Pelota* y *La Taula Esportiva* (Ràdio 9). “Perlas del Fútbol” se basará en “La parabólica” de Maldini de *El día después*. El día después también fue pionero en realizar reportajes sobre el fútbol más modesto parecido a nuestra sección “El otro fútbol”. El espacio dedicado a la polémica arbitral es típico en programas como *Estudio Estadio*, *Punto Pelota* y *Minuto y Resultado*. En varios programas radiofónicos se realizan por parte de contertulianos quinielas como es el ejemplo de *En casa de Herrero* (esRadio). Todos los espacios dedicados al deporte contienen entrevistas a personajes futbolísticos, el modelo que más se aproxima es el de *Minut a Minut*.

### Público objetivo

El público al que se pretende llegar es al comprendido entre los 12 y 60 años, sin distinción entre sexos. Para conseguir la atención femenina contaremos con una presentadora que será pieza

importante del programa. Además, en la sección denominada “El otro fútbol”, habrá reportajes dedicados al fútbol femenino. También se pretende que las tertulias de los viernes sean lo más heterogéneas posibles.

Aunque se intenta conseguir una audiencia tanto de hombres como de mujeres, tendremos en cuenta que todavía los primeros siguen siendo los aficionados del balompié por excelencia. Pese a que la franja de la edad es bastante amplia comprendemos que el programa es interesante, novedoso, original y variado, lo que permite llegar a más audiencia. Entendemos que las personas de más de 60 años no observarán nuestro magacín ya que es un público muy fiel a los programas o las cadenas de toda la vida.

## Guión programa

El programa, al emitirse cinco días a la semana, tendrá una estructura similar que variará dependiendo del día.

### Lunes

#### Editorial y Noticias

*El fútbol es así*, comienza con los saludos iniciales y una editorial en la que el presentador vierte su opinión, positiva o negativa, sobre el tema o los temas de actualidad más importantes del día. Realizará una reflexión de unos 5 minutos, en las que no serán pocas las veces que cite acontecimientos futbolísticos históricos para compararlos con el presente a modo de argumento de autoridad para reforzar su tesis.

Después de la editorial, el presentador saludará a la co-presentadora y ésta comenzará a resumir a modo de sumario lo que va a acontecer el programa. Al acabar el resumen lanzará una pregunta a los teleespectadores para que éstos envíen mensajes de móvil al programa o interactúen con las redes sociales. Una vez acabada esta introducción, comienzan las noticias en las que ambos presentadores las comentan de una manera distendida sabiendo en todo momento lo que se está contando.

Este espacio de noticias sigue el modelo de los espacios informativos de deportes a mitad camino entre la seriedad de TVE y el excesivo “colegueo” de Cuatro. Tiene la particularidad de que cada noticia es comentada por uno de los presentadores de forma que se van alternando hasta el final.

Seguirá este esquema:

Presentador	Noticia 1
Presentadora	Noticia 2
Presentador	Noticia 3
Presentadora	Noticia 4
Presentador	Noticia 5
Presentadora	Noticia 6
.....	.....

Los lunes, como son el día siguiente a la jornada liguera, las noticias tratarán sobre las reacciones de los partidos del fin de semana, en especial atención a los clubes más representativos del país (Real Madrid, FC Barcelona, Valencia, Atlético y Sevilla). Se repasarán los resultados, la clasificación, la tabla de máximos goleadores y la de porteros menos goleados. Además, es el día previo a la disputa de los partidos del martes de la Champions League, en los que se pueden contar al detalle cuáles son las novedades de última hora de los equipos españoles: alineaciones, bajas por sanción o lesión, curiosidades, enfrentamientos anteriores, etc.

Las noticias tendrán imágenes de entrenamientos, ruedas de prensa, declaraciones de futbolistas, partidos, etc. Cobrará un gran protagonismo la explicación de los dos presentadores que le darán un toque original a la noticia. Los sms de los televidentes se mostrarán durante la mayoría del tiempo en la parte inferior de la pantalla.

Una vez finalizadas las noticias, el presentador principal concluirá la sección y dará paso a la siguiente, llamada “El duelo”.

Duración: 30 minutos.

### El duelo

El duelo consiste en un reportaje realizado sobre el futbolista destacado de cada uno de los equipos que se enfrentan en un partido elegido por su importancia dentro de la jornada liguera. Es decir, se comparará el juego desplegado por cada uno de los jugadores de los distintos clubs.

El objetivo no sólo es mostrar las habilidades desarrolladas por los futbolistas, sino que también es esencial enseñar al público cómo los jugadores discuten, protestan al árbitro, aconsejan a sus compañeros, charlan con el entrenador, piensan y corren sin balón. Se tendrán en cuenta el factor propio de la calidad futbolística y también el factor “humano”.

El reportaje será realizado por una voz en off que va explicando los detalles en tono distendido, desenfadado, con algún toque de humor, pero siempre respetando los cánones del fútbol, ya que se pretende instruir a los espectadores sobre el por qué de las actitudes, movimientos o habilidades de los futbolistas. Al final del vídeo saldrán impresas en pantalla las estadísticas completas de ambos futbolistas y se dará un veredicto sobre quién ha ganado el duelo.



Una vez finalizada la sección, la presentadora dará paso a “Banquillos”.

Duración: 5 minutos

### Banquillos

Banquillos consiste en un reportaje en el que se comparan los comportamientos de los entrenadores de dos equipos que se enfrentan en un partido de la Liga BBVA. Éste será elegido por su trascendencia e importancia. El partido, en algunas ocasiones, coincidirá con el elegido para el duelo de futbolistas y en otras, será otro diferente. En un encuentro, los futbolistas pueden ser atractivos para el público pero, en cambio, los entrenadores no. En caso contrario también se da la situación.

El objetivo es que el espectador pueda ver que la figura de los entrenadores no sólo se limita a hacer alineaciones y cambios, sino también realizan muchas más tareas como protestar al árbitro, dialogar con sus ayudantes, dar instrucciones, corregir y abroncar a los jugadores y otras muchas situaciones curiosas más.

El reportaje se realizará mediante una voz en off que va explicando las diferencias, semejanzas, particularidades y curiosidades de los entrenadores, siempre con un tono distendido a la vez que riguroso, serio pero sin obviar el humor. La misión de la sección es instruir al público con un lenguaje accesible, divertido y nada tedioso. Al final del vídeo se dirá quien ha ganado este duelo de banquillos.

Una vez finalizada la sección, el presentador principal dará paso a “La libreta”.

Duración: 5 minutos.

### La libreta

La libreta tratará de analizar tácticamente el encuentro más destacado de la jornada que coincidirá con el elegido para realizar o la sección de “El duelo” o la de “Banquillos”. Esta sección será presentada por otra persona diferente a los presentadores. El colaborador tendrá conocimientos futbolísticos superiores a ellos, ya que será escogido entre otros motivos, por

tener el carnet de entrenador nivel 3, que es el exigido para entrenar en todas las categorías del fútbol.

El presentador principal dará paso al colaborador, que estará situado de pie con una pantalla táctil al lado, nos mostrará las acciones más destacadas del partido. Este tipo de sección es propia de los programas de resumen de los partidos de liga. El colaborador parará imágenes, las rebobinará, las ralentizará y las acelerará. Además, utilizará marcas gráficas para explicar mejor los movimientos del equipo y de los futbolistas. Todo esto con un lenguaje técnico pero sencillo para el entendimiento del público.

El colaborador criticará el planteamiento táctico de los equipos y también los valorará positivamente. No se juzgará el estilo de juego de cada equipo por ser más defensivo o más ofensivo, se tendrá en cuenta cuáles son las mejores opciones de acuerdo a las características de la plantilla y del rival. Si uno de los dos equipos analizados ha realizado un mal esquema táctico, se dirá el por qué y se ofrecerá la táctica que hubiera sido más aconsejable.

Una vez finalizada la sección, la presentadora dará paso a “La polémica”

Duración: 10 minutos.

### La polémica

La sección será presentada por un árbitro o ex árbitro que se situará en la misma pantalla que el colaborador anterior. Este colaborador repasará las jugadas más polémicas de la jornada: faltas, penaltys, fueras de juego, goles fantasma, agresiones, expulsiones, etc. Estas acciones serán visionadas por los telespectadores y juzgadas por el colaborador. Las imágenes de la polémica se ralentizarán, se repetirán, se buscarán otros planos.

Cuando el árbitro haya acertado en su decisión, se visualizará en pantalla un árbitro animado por ordenador celebrando su acierto. En caso de cometer un error, esta misma figura gráfica aparecerá abucheada y corriendo para no ser alcanzada por los aficionados.

Una vez finalizada la sección, el presentador dará paso a “La Tertulia”.

Duración: 5 minutos.

### La Tertulia

La tertulia comienza con los saludos del presentador a los cuatro contertulios, colaboradores de las secciones del programa, que se situarán en la mesa donde están los presentadores. Después del saludo, la co-presentadora volverá a recordar a la audiencia que envíen sms desde el móvil, interactúen en las redes sociales y voten para elegir quien es el mejor contertulio del día.

La tertulia tratará los temas más importantes del día desechando los asuntos triviales y poco referentes al fútbol, no interesa a la audiencia saber que Ronaldo se ha ido al cine o si ha roto con su novia. Se busca que los turnos de los participantes en el debate sean respetados, que los tertulianos no alcen la voz desmesuradamente. Se pretende conseguir una tertulia inteligente, rigurosa, divertida y entretenida.

Otro factor importante es no caer en la demagogia en las opiniones. Los argumentos deben de estar justificados desde un punto de vista futbolístico. También opinarán los presentadores como si fueran un tertuliano más, por este motivo, también participarán en la votación al mejor contertulio.

Durante la tertulia no sólo observaremos a los contertulios, sino que también se utilizarán imágenes recurso como entrenamientos, goles, ruedas de prensa, etc. En esta sección habrá una mayor interactividad con el telespectador, ya que durante todo el momento se visualizarán en pantalla los mensajes que mandan. A parte, la co-presentadora leerá los mensajes más interesantes y serán comentados por todos los contertulios.

Finalmente, la co-presentadora dará el galardón al mejor tertuliano del día elegido por la audiencia. El presentador se despedirá de los contertulios y dará paso a “Los Tiki-Taka”.

Duración: 45 minutos.

### Los Tiki-Taka

Este espacio será un sketch humorístico en el que personajes futbolísticos serán caricaturizados mediante imágenes gráficas en movimiento. Se repasarán, en forma de capítulos, los temas de

actualidad desde el punto de vista más entretenido y divertido. Como modelo se toma como ejemplo “Las noticias del Guñol”, en cuanto al contenido, y “Los Marcatoons”.

Duración: 2 minutos.

### Portadas

Por último, la co-presentadora leerá los titulares de las portadas de los periódicos digitales e impresos del día siguiente. Después del repaso a la prensa, el presentador concluirá el programa despidiéndose de la co-presentadora y de la audiencia.

Duración: 3 minutos.

### Martes

#### Editorial y Noticias

La mecánica en esta sección es la misma durante toda la semana, sólo cambia el contenido. Las noticias, entre otras informaciones de interés, tratarán sobre la jornada de martes de la Champions League y la previa de la del miércoles. Se conocerán los resultados de la jornada y los partidos que tendrán lugar mañana, dando una mayor importancia a los equipos españoles.

Una vez finalizada la sección, el presentador da paso a “La entrevista”.

Duración: 30 minutos.

### La entrevista

Esta sección consiste en entrevistar a un personaje futbolístico de la Liga BBVA, ya sea entrenador o futbolista. Los presentadores saludarán al invitado y le harán preguntas tanto personales como futbolísticas de forma alternada. Durante la entrevista, los telespectadores podrán también formular las suyas a través de mensajes de texto, redes sociales e intervenciones telefónicas.

La entrevista tendrá dos partes diferenciadas: la primera parte obedecerá a pregunta personales (sus inicios en el fútbol, sus aficiones, sus anécdotas...) y la segunda parte tratará el tema puramente futbolístico. Por supuesto, en el terreno personal no se caerá en el error del

sensacionalismo de la prensa rosa. El invitado se sentará a un lado de la mesa en la que se sientan los presentadores.

La forma de actuar en la entrevista será la siguiente:

Pregunta Presentador

Respuesta Invitado

Pregunta Presentadora

Respuesta Invitado

Pregunta del Público (leída por la presentadora o bien llamada telefónica)

Respuesta Invitado

Pregunta Presentador

.....

El tono de la entrevista tiene que ser agradable, distendido, desenfadado con tintes de humor. Se persigue una finalidad didáctica para que el telespectador comprenda todo lo que envuelve a los futbolistas en el terreno personal y profesional. Se le dará mucha mayor importancia a los asuntos deportivos. El invitado tiene que sentirse a gusto, con confianza, es decir, como si estuviera en su casa.

Una vez finalizada la sección, la presentadora da paso a “La Tertulia”.

Duración: 25 minutos.

### La Tertulia

El mismo funcionamiento durante toda la semana.

Duración: 45 minutos.

### Los Tiki-Taka

El mismo funcionamiento durante toda la semana.

Duración: 2 minutos.

### Portadas

El mismo funcionamiento durante toda la semana.

Duración: 3 minutos.

## **Miércoles**

### *Editorial y Noticias*

Sigue la misma mecánica toda la semana con el cambio de contenidos. Los miércoles es el turno para repasar, entre otras noticias, lo que acontece en la jornada del miércoles de la Champions League, con especial interés a los equipos españoles. Se repasarán los resultados de todos los equipos y la tabla de máximos goleadores. También se realizará una previa de los equipos españoles participantes en la Europa League y se conocerán los emparejamientos de la competición.

Una vez finalizada la sección, el presentador da paso a “La historia del fútbol”.

Duración: 30 minutos.

### *La historia del fútbol*

Esta sección pretende realizar un viaje en el tiempo para conocer un poco más sobre la historia del fútbol. Será un reportaje en el que se rememorarán a modo de resumen, temporadas de la Liga Española y Copa del Rey, competiciones internacionales de clubs (Copa de Europa, Recopa, Copa de la UEFA), competiciones internacionales de selecciones (Mundial, Eurocopa, y sus fases de clasificación), equipos históricos (selecciones o clubs) y futbolistas legendarios. Será un reportaje en la que una colaboradora, que se sentará con los presentadores, realizará un breve resumen a modo de introducción.

El vídeo utilizará recortes de prensa de los años en cuestión, imágenes de los partidos, entrevistas a los protagonistas (tanto en la actualidad como en la época) y repasará los resultados y clasificaciones; todo ello mediante una voz en off. El colaborador concluirá la sección contando alguna curiosidad de los acontecimientos narrados.

Una vez finalizada la sección la presentadora dará paso a “El otro fútbol”.

Duración: 15 minutos.

### El otro fútbol

Esta sección será un reportaje en la que se conocerá el fútbol más humilde: amateur, femenino y juvenil. Durante un día se seguirán los quehaceres de estos equipos. Se realizarán pequeñas entrevistas, resúmenes de partidos y clasificaciones. Es decir, todo aquello que rodea a la actualidad de estos equipos. Su finalidad es demostrar al público cómo se vive el fútbol desde las categorías más humildes.

Una vez finalizada la sección, el presentador dará paso a “La Tertulia”.

Duración: 10 minutos.

### La Tertulia

El mismo funcionamiento durante toda la semana.

Duración: 45 minutos.

### Los Tiki-Taka

El mismo funcionamiento durante toda la semana.

Duración: 2 minutos.

### Portadas

El mismo funcionamiento durante toda la semana.

Duración: 3 minutos.

## **Jueves**

### Editorial y Noticias

Sigue la misma mecánica durante toda la semana, sólo cambian el contenido de las noticias. El jueves, entre otras noticias de actualidad, se repasará la jornada de la European League, con especial interés a los partidos de los equipos españoles. También se realizará un breve resumen sobre la jornada de Champions League y las reacciones en los equipos españoles.

Una vez finalizada la sección, el presentador dará paso a “Perlas del fútbol”.

Duración: 30 minutos.

### Perlas del fútbol

Esta sección estará presentada por un colaborador que será experto en fútbol internacional. La finalidad de este espacio es conocer las nuevas perlas del fútbol tanto nacional como internacional. El colaborador, que se sentará con los presentadores, dará paso a vídeos de las mejores jugadas de estos nuevos crack del fútbol. A medida que se sucedan las imágenes, el experto comentará las principales habilidades y características de los jugadores. Normalmente se conocerán en cada capítulo de esta sección de uno a dos futbolistas, debido a que no se quiere caer en el error de realizar un repaso superficial de los nuevos valores del balompié. El análisis será completo y detallado para que el espectador conozca a la perfección los pros y los contras de estos jugadores jóvenes en alza.

Una vez finalizada la sección, la presentadora dará paso a La Quiniela.

Duración: 15 minutos.

### La Quiniela

Esta sección consiste en la elaboración de una Quiniela por parte de presentadores y contertulios del programa en un tono distendido, divertido y desenfadado. Cada componente realizará una apuesta individual que servirá para dictaminar a la semana siguiente quién ha sido el ganador y quién ha sido el que más fallos ha cometido. Del resultado de las apuestas individuales, se realizará la Quiniela del programa otorgando el signo que dicte la mayoría en cada partido. En ella, el público también tendrá su voto enviando sms e interactuando con las redes sociales

Duración: 10 minutos.

Una vez finalizada la sección, el presentador dará paso a “La Tertulia”.

### La Tertulia

El mismo funcionamiento durante toda la semana.

Duración: 45 minutos.

### Los Tiki-Taka

El mismo funcionamiento durante toda la semana.



Duración: 2 minutos.

### Portadas

El mismo funcionamiento durante toda la semana.

Duración: 3 minutos.

### **Viernes**

#### Editorial y Noticias

Sigue el mismo funcionamiento que durante toda la semana, salvo por el cambio del contenido de las noticias. El viernes es el turno para realizar una previa de todos los partidos de la jornada liguera. Además, no se dejarán de lado otras informaciones de interés.

Una vez finalizada la sección, el presentador dará paso a “Fútbol.com”.

Duración: 30 minutos.

#### Fútbol.com

Esta sección tiene como principal objetivo acercar al público a los contenidos futbolísticos en Internet. La finalidad es dar a conocer al público, mediante las explicaciones de presentador y co-presentadora, páginas webs, blogs, juegos de Internet y PC. Todo ello relacionado con el fútbol.

Así, el teleespectador podrá informarse sobre en que página WEB puede ver el fútbol, como ha quedado la puntuación de la UEFA Fantasy Football, que blog es interesante o si le gusta más el FIFA o el PRO.

Una vez finalizada la sección, la presentadora dará paso a “¿Cuánto sabes de fútbol?”

Duración: 15 minutos.

#### ¿Cuánto sabes de fútbol?

En esta sección, un teleespectador contestará en directo a ocho preguntas sobre fútbol en las que sólo tendrá veinticinco segundos para contestar. Las cuestiones, que serán realizadas de forma

alterna por presentador y co-presentadora, serán de todo tipo: actualidad, historia, reglamento, fútbol internacional y fútbol nacional.

Al final de la sección se visualizará el número de preguntas acertadas y la clasificación que ocupa del total de todos los participantes a lo largo de los programas.

Una vez finalizada la sección, el presentador dará paso a “La cita célebre”.

Duración: 8 minutos.

### La cita célebre

El presentador enunciará una frase que formuló un personaje futbolístico que ha tenido trascendencia en la historia por su repercusión o su contenido. Normalmente suelen ser frases graciosas, divertidas, sentimentales o impactantes. Después de su enunciación, la co-presentadora explicará en que contexto fueron dichas.

Una vez finalizada la sección, la presentadora dará paso a “La Tertulia”.

Duración: 2 minutos.

### La Tertulia

El mismo funcionamiento durante toda la semana con la peculiaridad de que los contertulios no son los colaboradores del programa, sino teleespectadores. Para participar en este debate futbolístico, los interesados deberán haber mandado un vídeo previo en el que realizan un breve comentario editorial sobre algún tema de actualidad del fútbol.

Del mismo modo que la tertulia original, serán cuatro los contertulios, se realizarán votaciones para ver quién se lleva el premio y se seguirán comentando las opiniones de la audiencia. El ganador podrá continuar como contertulio el próximo viernes.

Duración: 45 minutos.

### Los Tiki-Taka

El mismo funcionamiento durante toda la semana.

Duración: 2 minutos.

### Portadas

El mismo funcionamiento durante toda la semana.

Duración: 3 minutos.

## Programación *El fútbol es así*

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Editorial y Noticias	Editorial y Noticias	Editorial y Noticias	Editorial y Noticias	Editorial y Noticias
El duelo	La entrevista	La historia del fútbol	Perlas del fútbol	Fútbol.Com
Banquillos				
La libreta		El otro fútbol	La Quiniela	¿Cuánto sabes de fútbol?
La polémica				La cita célebre
La Tertulia	La Tertulia	La Tertulia	La Tertulia	La Tertulia
Los Tiki-Taka	Los Tiki-Taka	Los Tiki-Taka	Los Tiki-Taka	Los Tiki-Taka
Portadas	Portadas	Portadas	Portadas	Portadas

## Promoción

### Logo programa



### Guión literario vídeos promocionales

#### *Vídeo 1*

Se observa un plano de una persona en un bar comentando las últimas noticias acerca de la actualidad futbolística. Poco a poco se va abriendo el plano y van apareciendo más personas dialogando sobre la polémica arbitral con sus cervezas y aperitivos. También hablan sobre equipos míticos de la historia o los jugadores más prometedores. Se escucha una voz fuera de plano que dice “me hacéis un hueco”. Se abre el plano y observamos que es nuestro presentador acompañado de la presentadora. Se sientan y siguen debatiendo todos los presentes sobre temas de fútbol. Finalmente, una voz en off dice: “*El fútbol es así*, el primer programa en el que tú eres realmente el protagonista”. De lunes a Viernes de 22.00 a 00.00 horas.

#### *Vídeo 2*

Se observa un plano corto con la cara de un padre de familia viendo la televisión, poco a poco se va abriendo y nos percatamos que está en un sofá bebiendo cerveza. Aparece su hija, una adolescente intentando convencer a su padre que deje de ver el programa que está viendo (en teoría el espectador se pensará que es un programa de fútbol). Después se verá a la hija yendo a

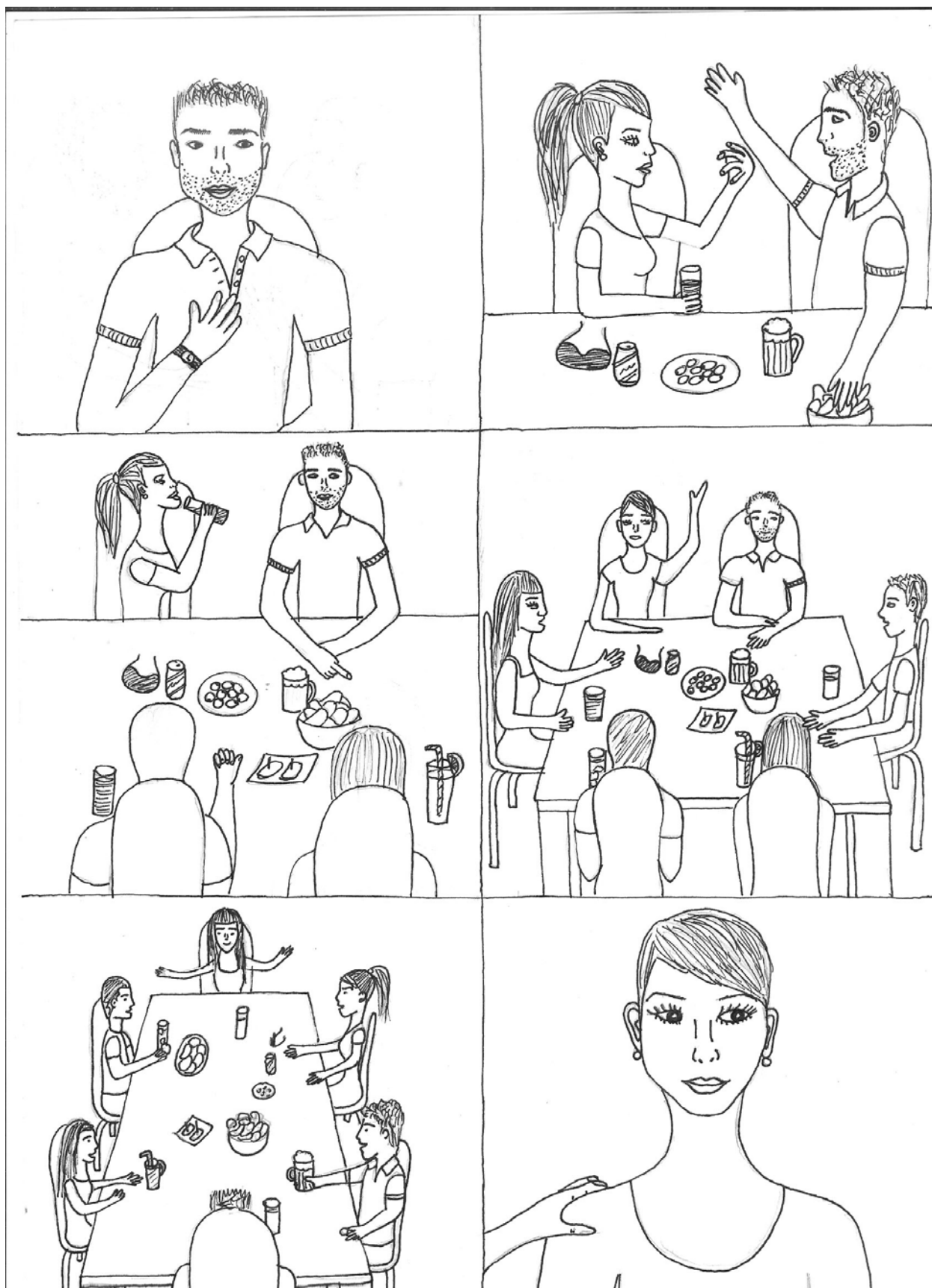
la cocina donde está la mujer del hombre sentado en el sofá, con el objetivo de intentar que su madre lo convenza para que deje de ver el programa y poner el que a ella le gusta. Va la madre con la hija y logran persuadir al padre para que ponga el programa que deseaba la hija. Después se ve en la TV una serie de ficción española que se cambia por el programa *El fútbol es así*. Fundido en negro y voz en off. “*El fútbol es así*, el único magacín deportivo en que las mujeres son importantes”. De lunes a Viernes de 22.00 a 00.00 horas.

### *Vídeo 3*

Observamos imágenes de acciones propias de un partido de fútbol. Por cada una, la voz del narrador explica como se denomina en la jerga futbolística. Primero se ve una chilena, después una rabona, una cola de vaca, un taconazo, el escorpión, una paradinha, un penalti a lo panenka, la ruleta, una vaselina, un caño y una volea. Todas realizadas por futbolistas profesionales en las diferentes competiciones. Finalmente, una voz en off dice: “*El fútbol es así*, el único programa en el que aprendes a la vez que te diviertes”. De lunes a Viernes de 22.00 a 00.00 horas.

## Story-board vídeos promocionales

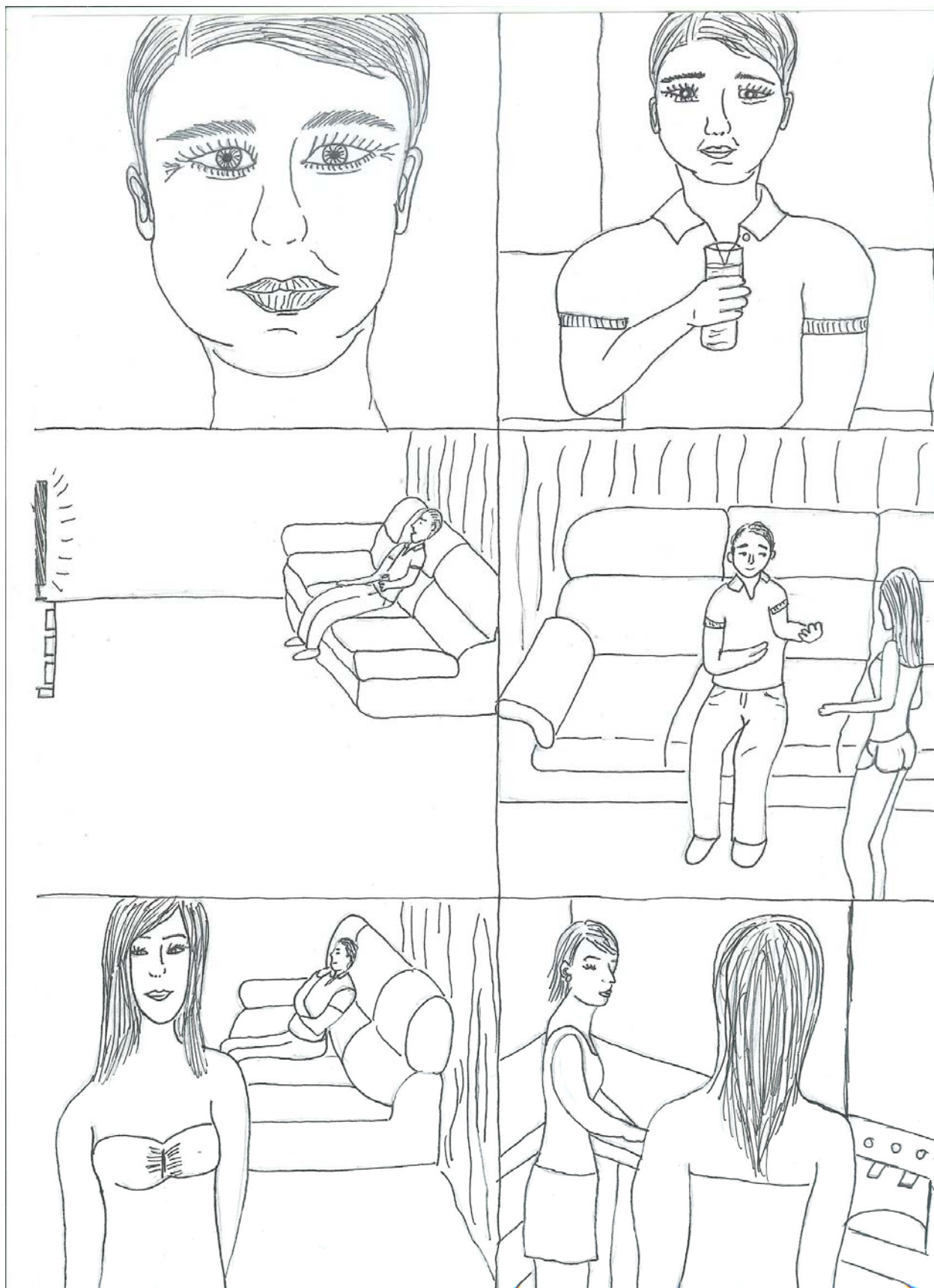
### Vídeo 1







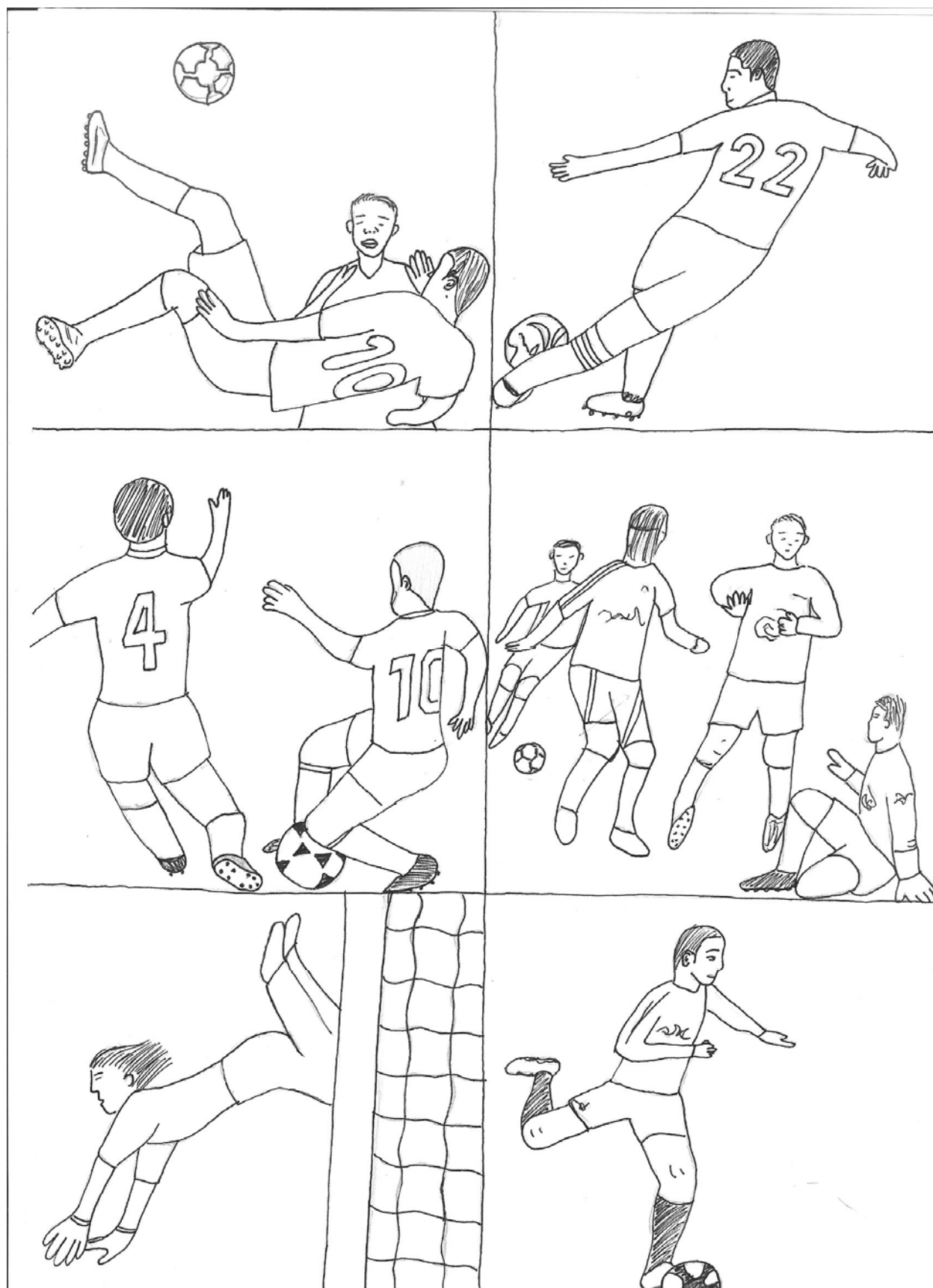
Vídeo 2







Vídeo 3





## Página Web

La página Web tendrá la misión de publicitar el programa y dar facilidades a los usuarios para que se lo puedan descargar e incluso verlo en directo. Comenzará teniendo un diseño sencillito que se irá actualizando conforme vaya creciendo en audiencia, seguidores o usuarios. La página inicial estará conformada por el título del programa y un menú donde se podrá acceder a cada sección para descargársela. También habrá una opción de visualización en directo de *El fútbol es así* y otra en diferido. En el centro de la pantalla se pondrán noticias de actualidad, o simplemente, anécdotas o noticia-resumen del programa. En la parte inferior habrá enlaces para que los usuarios pinchando, pueden acceder a las redes sociales Facebook, Twitter y Tuenti. También en la parte izquierda habrá un menú donde si accedes podrás ver los resultados y clasificación de la Liga BBVA. Al acceder a la página, se verá uno de los spots del programa que podrá ser cerrado al instante si quiere el usuario. La dirección de la página sería: [www.elfutbolesasi.com](http://www.elfutbolesasi.com)- Hemos añadido el guión porque ya estaba registrada: [www.elfutbolesasi.com](http://www.elfutbolesasi.com).



Programa en diferido		Programa en directo	Secciones	
Resultados 1ª División			Editorial y Noticias	La Tertulia
Clasificación 1ª División			Los Tiki-Taka	Portadas
Pichichi 1ª División				
Zamora 1ª División			El duelo	Banquillos
Copa del Rey			La libreta	La polémica
Champions League			La entrevista	La historia del fútbol
European League			El otro fútbol	Perlas del fútbol
La Quinela				
Juegos			La Quiniela	¿Cuánto sabes de fútbol?
Blogs			Fútbol.com	La cita célebre
Facebook		Twitter	Tuenti	

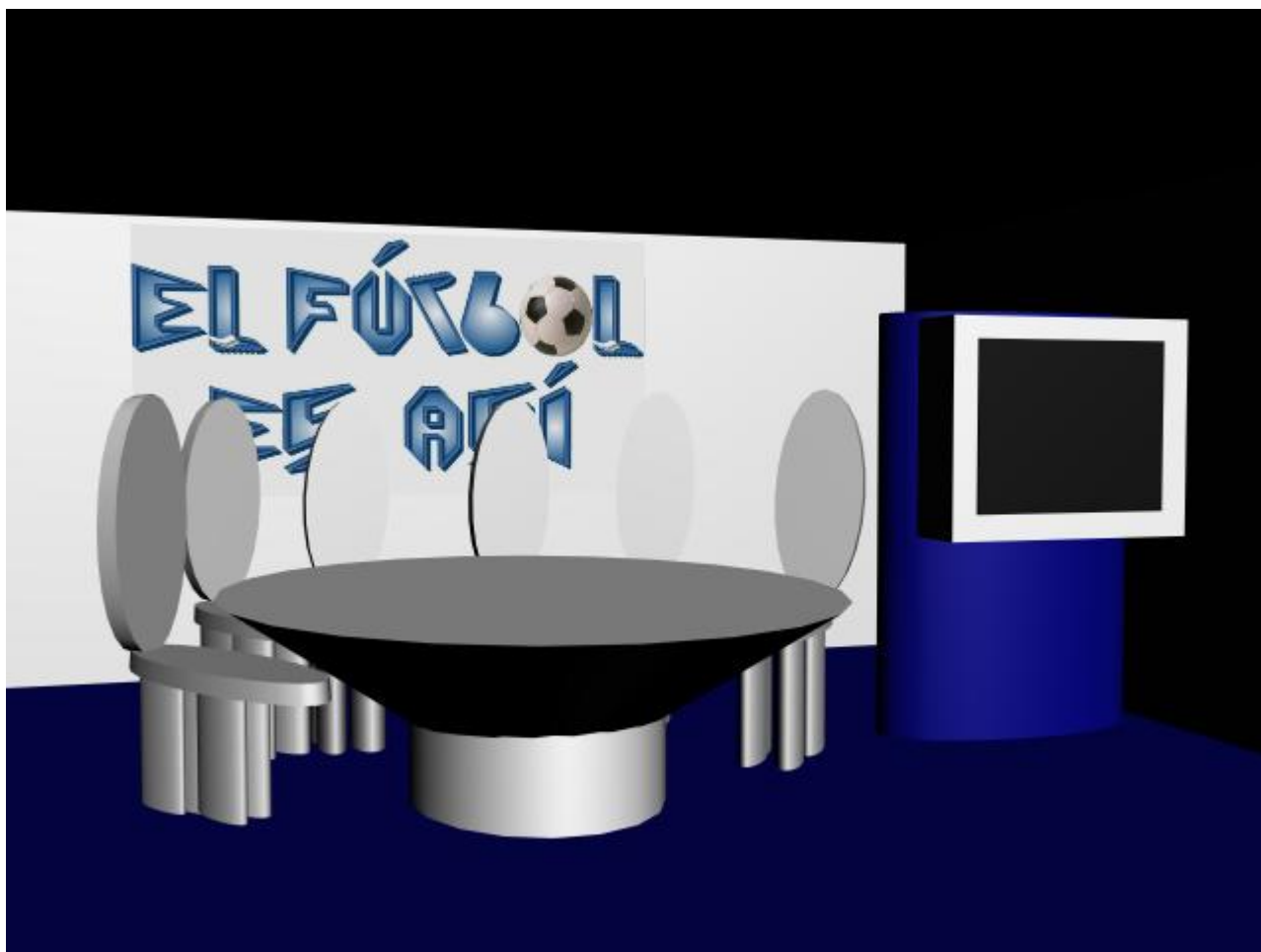


## Creatividad

### Elementos visuales

Las siguientes imágenes pertenecen a la confección del plató del programa:





### Localizaciones

*El fútbol es así* se desarrolla principalmente en el plató ya que es allí donde se presentan y tienen lugar todas las secciones. Aún así, para realizar el programa es necesario grabar imágenes debido a que no es suficiente con las de archivo, de Internet o las que ceden gratuitamente algunos medios de comunicación.

Las localizaciones en la que se grabarán reportajes o noticias serán habitualmente estadios de fútbol, campos de entrenamiento y salas de prensa, sobre todo, los presentes en Madrid (lugar donde se situará el plató), Sevilla, Barcelona y Valencia, ya que en estas ciudades están los equipos con más aficionados. Esto no quiere decir, que el equipo de cámaras no se desplace a otras ciudades si la noticia o el partido determinado lo requiere. Por ejemplo, en la sección “El otro fútbol”, se realizarán reportajes de equipos de pueblos o ciudades más humildes, o también de los equipos femeninos donde se grabará en los campos de entrenamiento, de fútbol, las sedes



de los equipos, las casas de sus jugadores y los autobuses (cuando se desplace el equipo en el reportaje que se necesite).

## Personajes

El fútbol es así es un magacín deportivo que tiene dos presentadores, un hombre y una mujer. Junto a ellos desfilarán cuatro colaboradores encargados de presentar las secciones que además, serán los contertulianos del debate. También se precisará de la participación de un personaje futbolístico en “La entrevista”. Por último, los telespectadores tendrán su hueco los viernes.

### *Presentador*

El presentador deberá ser un profesional del mundo periodístico deportivo que lógicamente debido a nuestras limitaciones económicas, aún no haya participado, trabajado o tenido relevancia en proyectos o medios de comunicación importantes. El objetivo es que esta persona adquiera protagonismo en nuestro magacín. Se pretende que sea un periodista joven, atractivo, divertido, riguroso, profesional, divertido, con conocimientos futbolísticos y desparpajo. Un perfil de periodista podría ser Fran Guaita (*La Taula Esportiva*, Ràdio 9), Manolo Montalt (*Punt a Punt*, Ràdio 9) o Patxi Alonso (*Minuto y Resultado*, La Sexta).

### *Presentadora*

Para completar la pareja de presentadores, queríamos la presencia de una mujer con conocimientos futbolísticos para intentar atraer a todos los públicos posibles y no convertir nuestro magacín deportivo en un programa sólo para hombres. Para ello, el perfil de presentadora que buscamos es una periodista deportiva joven, guapa, divertida, buena profesional y que le guste el deporte del fútbol. Nuestra presentadora se asemejaría al perfil de Susana Guasch (La Sexta) o Lola Hernández (ex Antena 3 y Veo marca). Debido a que no queremos que el programa tenga un coste desorbitado no contemplamos la posibilidad de contratar estas periodistas que ya tiene el reconocimiento nacional. Nuestra presentadora sería una apuesta, una debutante que haya trabajado en el mundo periodístico deportivo pero que aún no hubiera dado el salto, para así que creciera en nuestro programa.

*Presentador “La libreta” y Contertuliano*

Este colaborador será el encargado de presentar “La libreta” y participar en “La tertulia”. Se pretende que sea un entrenador en activo o inactivo, una persona joven que esté en disposición del nivel 3 de técnico de fútbol. Por supuesto, no optaremos por entrenadores de primera o segunda división ya que no disponemos de mucho presupuesto. El objetivo es contar con uno que esté entrenando en categorías más humildes como la Segunda B o la Tercera División. A ser posible, se buscaría una persona que haya estudiado cualquier carrera dedicada a las ciencias de la información. Debe ser divertido, riguroso, con desparpajo y con buena fluidez del lenguaje. Un perfil que se busca es el de Quique Sánchez Flores en su época como presentador en *Minut a Minut* de Canal 9 o el de Michael Robinson en *El día después* de Canal +.

*Presentador “La polémica” y Contertuliano*

Este colaborador será el encargado de presentar “La polémica” y participar en “La tertulia”. Se pretende que sea un árbitro en activo o inactivo. No hace falta recordar que no podemos permitirnos a un gran árbitro, por tanto, pertenecerán a categorías no profesionales. Es importante que posea cualquier carrera ligada a las ciencias de la información. Debe ser riguroso, con grandes conocimientos arbitrales, ecuánime, imparcial, divertido y con desparpajo. Un perfil podría ser el de Joaquín Ramos Marcos en *Punto Pelota* de Intereconomía.

*Presentadora “La historia del fútbol” y Contertuliano*

Está colaboradora será la encargada de presentar “La historia del fútbol” y participar en “La tertulia”. Se ha escogido una mujer para que el programa presente la mayor paridad posible. Por este motivo, se ha escogido una joven con grandes dotes en documentación y periodismo deportivo. Como los demás, no será conocida por el público ya que se espera que alcance notoriedad en nuestro magacín. Debe poseer ciertos conocimientos futbolísticos, ser divertida, con desparpajo y tener rigurosidad informativa. El objetivo es que se convierta en una figura reconocida por su espacio dedicado a la historia del fútbol.

*Presentador “Perlas del fútbol” y Contertuliano*

Este colaborador será el encargado de presentar “Perlas del fútbol” y participar en “La tertulia”. Se busca un periodista deportivo joven, que no haya alcanzado aún notoriedad en los medios de comunicación y sea un experto en fútbol nacional e internacional. Deberá ser un apasionado de los futuros cracks del fútbol. Entre sus características, se busca que sea divertido, riguroso, con



conocimientos futbolísticos y con desparpajo. El perfil que se busca es semejante a Áxel Torres (Marca y Gol TV), Maldini (SER y Cuatro) y Marcos López (COPE y La Sexta).

#### *Personaje futbolístico invitado*

Cada martes se invitará a un entrenador o jugador de la primera división española que esté de actualidad por su actuación en algún partido o por otro tema futbolístico. Se contaría con los futbolistas de todos los equipos de la primera división para abarcar un mayor pluralismo informativo, pero es lógico, que predominen los invitados del Barcelona o Real Madrid. Al programa podrían venir: Villa, Higuaín, Navas, Llorente o Tamudo. Es importante que ya sepan hablar castellano.

#### *Concursante “¿Cuánto sabes de fútbol?”*

Será un telespectador que haya participado en el programa mediante llamada telefónica, sms o redes sociales. Además, deberá enviar un vídeo para que sea evaluado por producción. Esta persona elegida deber ser divertida y tener conocimientos básicos de fútbol.

#### *Contertulianos del viernes*

Deben ser dos hombres y dos mujeres que tengan un mínimo nivel de cultura, que tengan desparpajo y tengan mínimos conocimientos de fútbol. Serán escogidos después de que producción haya evaluado los vídeos enviados. Por supuesto, deberán ser mayores de edad. También se buscará dar cabida a personas que presenten alguna discapacidad pero que perfectamente puedan participar en una tertulia. Con ello, se buscará concienciar a la población, al igual que ser un ejemplo en el panorama televisivo.

## Equipo

### Técnico

- 5 Cámaras (para reportajes y plató)
- 1 Realizador
- 1 Técnico de sonido
- 3 Editores (imagen y sonido)
- 3 Creativos, 3D
- 2 Encargados del Grafismo, Flash y Freehand
- 1 Informático
- 1 Director
- 1 Regidor
- 1 Iluminador
- 1 Meritorio
- 1 Productor
- 1 Productor ejecutivo
- 2 Guionistas
- 3 Redactores (1 de ellos documentalista)
- 1 Redactor Jefe
- 1 Relación pública
- 1 Administrativa
- 1 Vigilancia

### Artístico

- 1 Persona vestuario (Estilista)
- 1 Maquilladora
- 1 Peluquera
- 1 Persona catering
- 1 Mujer de la limpieza

## **Programación**

### **Duración, nº de capítulos y periodicidad**

*El fútbol es así* se emitirá de lunes a viernes de 22.00 a 00.00 horas. El programa comenzaría la última semana de agosto (la Liga BBVA suele empezar en esas fechas) y finalizaría la última semana de Mayo o la primera de Junio (dependiendo el calendario futbolístico). La duración total del magacín sería de una hora y tres cuartos, debido a los anuncios publicitarios lógicos de las cadenas de televisión, se emitiría en un total de dos horas pudiéndose alargar incluso hasta las 00.15.

Se ha elegido que el programa tenga una duración de una hora y tres cuartos para que los teleespectadores no se aburran y conseguir con la ayuda de las diferentes secciones un ritmo ágil.

### **Franja horaria**

*El fútbol es así* se emite de 22.00 a 00.00 horas, por tanto, pertenece a la franja horaria denominada Prime Time. La horquilla del Prime Time de la televisión dura desde las 21.00 horas hasta las 00.00. Son las horas en las que suele haber mayor número de teleespectadores. Las diferentes cadenas suelen reservar este espacio de su parrilla de programación para sus programas con mayor éxito que siempre es sinónimo de mayor audiencia.

El horario de 22.00 a 00.00 horas es el que más batalla presenta, ya que todas las cadenas generalistas, tanto consolidadas como en auge, quieren ganar en audiencia. Esto obedece a cuestiones fundamentalmente económicas ya que al ser la franja horaria con más teleespectadores, es el espacio en el que la publicidad es más cara. Si los anuncios cuestan más dinero, la cadena obtiene mayores ingresos que puede reinvertir en una mejor programación.

Hemos decidido que nuestro magacín deportivo tenga lugar en Prime Time ya que a estas horas de lunes a viernes hay muy pocos programas que se dediquen al fútbol e incluso al deporte. Se pretende que *El fútbol es así* sea emitido por una cadena generalista; por este motivo, se quiere ofrecer al público otros contenidos a los habituales en la actualidad. Presentamos una oferta diferenciada a las demás cadenas, ya que dominan las series de ficción, los programas de telerrealidad y, ahora con la proliferación de las nuevas cadenas, los programas debate. Además, al incorporar nuestro magacín a este horario de la parrilla de programación, nos adelantamos a

los programas deportivos que tienen lugar en Late-Night. Entre nuestros análisis observábamos que *Punto Pelota* y *El Marcador* entraban en disputa en medianoche, con ello nos libramos de competencia directa. También, al empezar a las 22.00 horas nos anticipamos a *DXT Noche* e incluso a *Deportes a Tope*, aunque sea de ámbito territorial.

Es arriesgado y atrevido decantarse por el Prime Time, pero como no hay ningún programa diario que empiece a las 22 horas y los contenidos de *El fútbol es así* son innovadores, el resultado en número de audiencia puede ser bastante aceptable.

## Planificación

### Emisión

*El fútbol es así* se emitirá en abierto diariamente de Lunes a Viernes desde las 22.00 horas hasta las 00.00 horas. Este magacín que empezará la última semana de agosto y terminará a finales de mayo o principios de junio, sólo descansará los días festivos en España. Sin embargo, si es festivo y algún equipo de los grandes de nuestro fútbol juega un partido o es la previa de un encuentro destacable, también se realizará el programa.

### Sistema de producción

*El fútbol es así* es un programa diario de cinco días ya que se emite todas las semanas de Lunes a Viernes, descansando los fines de semana. Se ha elegido esta periodicidad debido a la gran cantidad de contenidos que proporciona el fútbol. También por el interés que depositan en los seguidores del fútbol las secciones de las que dispone nuestro magacín.

Para realizar un programa eficiente con el menor coste y trabajo posible, hemos diseñado un sistema de producción que se basa en la preproducción, producción y postproducción. En la primera fase se plantean las ideas para desarrollar el magacín de acuerdo con las dificultades que se pueden tener en relación a lo técnico, lo personal y el guión. La segunda fase comprende la grabación de los recursos que necesitará *El fútbol es así*. La tercera es la fase dedicada a la selección del material para editar y montar, realizando el tratamiento de la imagen recorrido. Una vez acabado estos pasos se emitirá el programa en directo.

Un breve resumen, es que primero se tiene la idea del programa que se quiere realizar, para ello se decidirá a dónde se tienen que ir a grabar los cámaras y qué tienen que conseguir, qué noticias son importantes y qué material se necesita para las secciones. Después tendrá lugar la grabación de entrevistas y noticias. Por último, todo ello se tratará mediante el montaje y la edición para conseguir reportajes y noticias. Con todo esto finalizado, se procederá a la emisión del magacín en directo donde también se grabarán y se elegirán planos bajo la dirección del realizador.

## **Jornadas de grabación**

Las jornadas de grabación se dividen en tres partes: el programa en directo, los reportajes y las noticias.

*El fútbol es así* se emitirá en directo y sólo será interrumpido por vídeos, reportajes, dibujos animados, portadas de prensa y publicidad. Por este motivo, la grabación comenzará a las 22.00 horas y terminará a las 00.00 horas.

Los reportajes que se presencian en las secciones del programa, muchas veces no tendrán un día y una hora determinada de grabación, ya que dependen de los horarios que establezca la federación y de los partidos que escojamos para realizar dichos reportajes.

Una jornada de grabación aproximada sería:

El sábado a las 20 horas tiene lugar un partido, por tanto, un equipo de grabación formado por cuatro cámaras-reporteros, grabarán todos los detalles importantes para las secciones “El duelo” y “La libreta”. La jornada durará desde las 19.50 horas hasta las 22.10.

El domingo a las 19 horas también se juega un partido, por este motivo, un equipo de grabación formado por dos cámaras-reporteros, grabarán las imágenes oportunas para la sección “Banquillos”. La jornada durará desde las 18.50 horas hasta las 21.10 horas. Los cámaras-reporteros pueden ser los mismos que los de ayer.

Un cámara-reportero grabará desde el Viernes hasta el Sábado, los quehaceres de los equipos más humildes del fútbol como consecuencia de la sección “El otro fútbol”. La jornada de grabación se dividirá entre: el viernes, que se grabarán entrenamientos del equipo y entrevistas a jugadores que durarán desde las 19.00 horas hasta las 22.00 y el sábado, que se filmará el partido y la previa del mismo desde las 16.00 horas hasta las 19.00.

En cuanto a las noticias, en la mayoría de ellas se pedirá a los medios de comunicación o agencias, la cesión de las imágenes. En el caso de que no dispongamos de imágenes o queramos tener nuestras, irá un cámara-reportero a cada campo de entrenamiento, no desplazándose a más

de tres. Los tres grabarán los entrenamientos, ruedas de prensa y actos que empiezan a las 11.00 horas y terminan a las 13.30.

Por último, si la sección “La historia del fútbol” necesita abastecerse de entrevistas a personajes futbolísticos históricos, la jornada de grabación será el martes de 18.00 horas a 19.00.

### Estudio de televisión

Composición estudio de televisión.

Plató: 1 mesa, 6 sillas, 6 vasos, televisión LCD táctil, 3 cámaras de estudio, 5 focos de iluminación, 8 micrófonos de solapa.

Sala realización.

Sala de redacción.

Cabina de postproducción.

Cabina de locución.

Sala de maquillaje y peluquería.

Sala de reuniones.

### Exteriores/interiores

En exteriores grabaremos los reportajes y noticias que tendrán lugar en campos de entrenamiento y estadios de fútbol.

En interiores se grabará todo lo que suceda en el plató durante el programa en directo, además, imágenes de los reportajes que se realizarían en casas de jugadores, en ruedas de prensa, sala de actos y autobuses (si se requiere).

### Calendario / cronograma

Lunes	Horario
Edición secciones “El duelo”, “La libreta”, “Banquillos” y “La polémica”	9.00 a 14.00
Realización “Los Tiki-Taka”	9.00 a 14.00

Redacción	10.00 a 13.00 19.00 a 22.00
Grabación imágenes noticias	11.00 a 13.30
Edición noticias	19.00 a 21.00
Programa	22.00 a 00.00
<b>Martes</b>	
Realización “Los Tiki-Taka”	9.00 a 14.00
Redacción	10.00 a 13.00 19.00 a 22.00
Grabación imágenes noticias	11.00 a 13.30
Grabación entrevista a personajes futbolísticos históricos	18.00 a 19.00
Edición noticias	19.00 a 21.00
Programa	22.00 a 00.00
<b>Miércoles</b>	
Realización “Los Tiki-Taka”	9.00 a 14.00
Edición secciones “El otro fútbol” y “La historia del fútbol”	9.00 a 14.00
Redacción	10.00 a 13.00 19.00 a 22.00
Grabación imágenes noticias	11.00 a 13.30
Edición noticias	19.00 a 21.00
Programa	22.00 a 00.00
<b>Jueves</b>	
Realización “Los Tiki-Taka”	9.00 a 14.00
Edición “Perlas del fútbol”	10.00 a 12.00
Redacción	10.00 a 13.00 19.00 a 22.00
Grabación imágenes noticias	11.00 a 13.30
Edición noticias	19.00 a 21.00
Programa	22.00 a 00.00
<b>Viernes</b>	
Realización “Los Tiki-Taka”	9.00 a 14.00



Redacción	10.00 a 13.00 19.00 a 22.00
Grabación imágenes noticias	11.00 a 13.30
Edición noticias y Fútbol.com	18.00 a 21.00
Grabación reportaje “El otro fútbol”	19.00 a 22.00
Programa	22.00 a 00.00
<b>Sábado</b>	
Grabación reportaje “El duelo” y “La libreta”	19.50 a 22.10
Grabación reportaje “El otro fútbol”	16.00 a 17.00
<b>Domingo</b>	
Grabación reportaje “Banquillos”	18.50 a 21.10

## Equipamiento

El equipamiento utilizado para la grabación variará según la localización: plató o exteriores.

Para filmar en plató, son necesarias: 3 cámaras, 5 focos de iluminación, 8 micrófonos de solapa, 3 auriculares para escuchar audio, Televisión 32 pulgadas, 2 Televisiones 21 pulgadas y Televisión LCD táctil (esta será la que podrán observar los telespectadores).

En exteriores cuando los reporteros-cámaras vayan a grabar imágenes o reportajes, se requerirán tener como mínimo: 5 cámaras, 5 trípodes, 5 micrófonos de mano y 5 auriculares para escuchar el audio.

## Presupuesto, financiación y comercialización

### Presupuesto

Capítulo	Observaciones	Periodo	Nº Uni	Precio	Total	Coste por
		gasto	dades	unidad		semana
<b>GUIÓN Y FORMATO</b>						
Derechos de autor	Coste0 por ser el creador	anual	2	860	1720	0
Guión, Argumento original	Coste0 por ser el creador	anual	1	17140	17140	0
Otros derechos					0	
<b>Total Guión y formato</b>					<b>18860</b>	<b>0</b>
<b>MUSICAS</b>						
Derechos autor sintonía	Composición sintonía	anual	1	1000	1000	28
Derechos autor músicas	Música secciones	anual	1	3000	3000	83
Adaptación musical de librería					0	
<b>Total Músicas</b>					<b>4000</b>	<b>111</b>
<b>ESCENOGRAFIA</b>						
Diseño del decorado	Decoradora	anual	1	2000	2000	56
Decorado	Carpintería y pintura en la construcción	anual	2	1500	3000	83
Mantenimiento y montaje decorado						
Vestuario	Trajes y ropa comprada	anual			6000	167
Atrezzo	Muebles y televisión	anual			9000	250
Personal peluquería, maquillaje	Peluquera y maquilladora	mensual	2	1100	2200	550
Personal Vestuario	Estilista	mensual	1	1200	1200	300
Materiales peluquería, maquillaje etc.			2	1400	2800	78

<b>Total Escenografía</b>					<b>26200</b>	<b>1484</b>
<b>GRAFISMO E INFORMÁTICA</b>						
Grafismo	Personal Flash, Freehand ...	mensual	2	1300	2600	650
Animación	Creativos 3D	mensual	3	1300	3900	975
Edición	Personal Avid, A.Audition	mensual	3	1300	3900	975
Informático	Programador y asistnt. técnico	mensual	1	1200	1200	300
Software	Licencia programas	anual	5	4000	20000	556
<b>Total Grafismo e informática</b>					<b>31600</b>	<b>3456</b>
<b>DOCUMENTACIÓN</b>						
Prensa y libros	Periódicos y revistas	mensual			200	50
Discos						
Imágenes y fotografías de archivo	Recursos para las secciones	anual			4000	111
Otros documentación						
<b>Total Documentación</b>					<b>4200</b>	<b>161</b>
<b>MATERIAL SOPORTE</b>						
Cintas de vídeo	Pack 5	mensual	20	20	400	100
Cintas de audio						
Otros soportes	CD, DVD, USB, disco duro externo	anual			500	14
<b>Total material soporte</b>					<b>900</b>	<b>114</b>
<b>ARRENDAMIENTO Y COMPRAS MEDIOS TECNICOS</b>	Todo ha sido comprado menos el estudio.					
Estudio de televisión (se incluye accesorios de las salas y cabinas, no	Coste 0. Cesión gratuita por parte de la cadena de televisión	mensual	1	5000	5000	0

los del plató)	que compre el programa.					
Unidades móviles						
Cámara E.N.G.		anual	5	5000	25000	695
Cámara Studio		anual	3	8000	24000	667
Cámara E.F.P						
Grúas		anual	2	900	1800	50
Teleprompter		anual	1	2250	2250	63
Otros equipos de imagen y sonido	Cables, trípodes y accesorios	anual	8	450	3600	100
Material iluminación	Focos y accesorios	anual	5	500	2500	69
Material sonido	Micrófonos y auriculares	anual	21	150	3150	88
Grupos electrógenos						
Repicados						
Vehículos	Furgonetas	anual	3	13000	39000	1083
Otros alquileres (especificar)						
<b>Total arrendamientos y compras medios técnicos</b>					<b>106300</b>	<b>2815</b>
<b>DESPLAZAMIENTOS, DIETAS Y COMIDAS</b>						
Dietas nacional personal técnico		mensual			4160	1040
Dietas extranjero personal técnico						
Restaurantes y comidas						
Alojamiento personal técnico						
Locomoción personal técnico						
Kilometraje personal técnico	Diesel	mensual			2800	700
Locomoción artistas e invitados		mensual			600	150
Alojamiento artistas e invitados		mensual			400	100
Comidas/catering		mensual	20	200	4000	1000

Personal catering		mensual	1	1100	1100	275
Locomoción público						
<b>Total Desplaz., dietas y comidas</b>					<b>13060</b>	<b>3265</b>
<b>PREMIOS CONCURSO</b>						
Premios en metálico						
Premios en especie						
Premios en especie con intercambio publicidad						
<b>Total premios concurso</b>						
<b>OTROS GASTOS PARA LA PRODUCCIÓN</b>						
Impuestos y tasas						
Seguro vehículos		anual	3	600	1800	50
Seguros sobre los equipos		anual	1	8000	8000	222
Seguros actividad y responsabilidad		anual	1	600	600	17
Seguridad Social	24% por cada sueldo neto	mensual			15312	3828
Seguridad	Vigilante	mensual	1	800	800	200
Limpieza plató o exteriores	Encargada de la limpieza	mensual	1	800	800	200
Teléfonos para producción	Móviles	anual	10	50	500	14
Empresas transporte para producción						
Gastos de aduanas y fletes						
Peajes y parking		mensual			600	150
Taxis		mensual			100	25
Internet y Línea de teléfono		mensual	1	60	60	15
<b>Total otros gastos para la producción</b>					<b>28572</b>	<b>4706</b>

<b>GASTOS GENERALES</b>						
Alquileres						
Teléfono	Factura móviles y fijos	mensual			300	75
Mensajeros y correo						
Material oficina		anual			1000	28
Suministros (luz, agua...)		mensual			300	75
Personal administrativo	Administrativa	mensual			1300	325
<b>Total gastos generales</b>					<b>2900</b>	<b>503</b>
<b>PERSONAL</b>						
Presentadores		mensual	2	3000	6000	1500
Redactores	Uno de ellos documentalista	mensual	3	1200	3600	900
Jefe redacción		mensual	1	1300	1300	325
Colaboradores		mensual	4	2000	8000	2000
Guionistas		mensual	2	1300	2600	650
Operadores de cámara		mensual	5	1400	7000	1750
Técnico de sonido		mensual	1	1200	1200	300
Realizador		mensual	1	1500	1500	375
Regidor		mensual	1	1000	1000	250
Iluminador	Cobra menos que operadores porque solo filma en plató.	mensual	1	1200	1200	300
Meritorio		mensual	1	800	800	200
Director		mensual	1	3000	3000	750
Productor		mensual	1	3000	3000	750
Productor ejecutivo		mensual	1	4000	4000	1000
Relaciones públicas		mensual	1	1400	1400	350

<b>Total gasto personal</b>					<b>45600</b>	<b>11400</b>
<b>GASTOS PROMOCIÓN</b>						
Spots	Elaboración	anual	3	5000	15000	417
Página Web	Dominio	anual	1	30	30	1
Difusión	Redes sociales y youtube	anual			0	0
Publicidad en televisión	Gratuita ya que los anuncios los emite la cadena que comprará el programa	mensual			8000	0
Premio para el público	Únicamente primer programa	anual	1	3000	3000	83
<b>Total gastos promoción</b>					<b>26030</b>	<b>501</b>
<b>Gasto Total por semana de emisión</b>	<b>28516 euros en 5 programas</b>					
<b>Gasto Total por día de emisión</b>	<b>5703 euros por programa</b>					

## **Financiación**

*El fútbol es así* es un magacín deportivo que será financiado, principalmente, por la cadena televisiva que contrate sus servicios. Debido al contenido y el coste del programa, ésta deberá formar parte de la programación de un medio televisivo con cobertura nacional, ya sea generalista o temático. Además, nuestro magacín contará con varios patrocinios durante la emisión.

Se ha escogido financiarse por medio de los patrocinios debido a que se ingresa tres veces más que en los anuncios convencionales. Se patrocinarán las secciones más importantes, así como el propio programa tanto al inicio como al final del mismo. La duración de cada patrocinio será de quince segundos, las empresas o instituciones que paguen el precio estipulado deberán comprometerse al menos durante un mes. El patrocinio tendrá lugar mediante la emisión de un pequeño spot realizado por el anunciante que dirá: “Esta sección (Este programa) ha sido patrocinado por...”

No se caerá en el error de llenar todo el programa de anuncios en forma de patrocinios, ya que se podría romper el ritmo y dinamismo provocando el aburrimiento en el público, con la consecuente pérdida de audiencia que causaría el abandono de los patrocinios por parte de las empresas o instituciones. Este hecho provocaría la inviabilidad del magacín debido a su escasa financiación.

A aquellas empresas o instituciones que quieran patrocinar nuestro programa o las secciones del mismo, tendrán el derecho de exclusividad. Esto es que no se admitirá la publicidad de dos entidades que abarcan el mismo mercado, como por ejemplo Banco Santander y BBVA. Podrán acceder a los patrocinios cualquier empresa, entidad o institución, siempre que no anuncien productos obscenos para la sociedad.

Se buscarán, si es posible, patrocinios de empresas, instituciones o entidades próximas al mundo del deporte. El programa será patrocinado al comenzar y al acabar por el BBVA, ya que está metido de lleno en el mundo del fútbol, la liga española se llama Liga BBVA. Las secciones sólo se patrocinarán al inicio. “La Quiniela” será patrocinada por Loterías y Apuestas del Estado o por casas de apuestas como Betclic, Bwin, Betfair, Unibet, etc. “La Tertulia” será patrocinada por una entidad poderosa como Movistar y Vodafone (ambas están vinculadas al deporte) ya que



al ser una sección diaria se pedirá más dinero por la publicidad. Esto también ocurre con “Los Tiki-Taka, que serán patrocinados por una firma deportiva, ya sea Nike, Adidas, Puma, etc. “La libreta” será patrocinada por una plataforma de televisión de pago como Gol TV o Canal + Liga. “La entrevista” será el turno para una página de contactos como Meetic. “La historia del fútbol” será patrocinada por una marca que también esta involucrada en el mundo del fútbol como es Mahou. Por último, “Fútbol.Com” tendrá a un juego de fútbol de PC o cualquier consola como patrocinador, pudiendo ser el FIFA, el Pro o el Football Manager.

También cabe la posibilidad de que en el propio logotipo del programa se instale publicidad, aprovechando que simula un balón y botas de fútbol. Se trataría de la misma firma deportiva que patrocina la sección “Los Tiki-Taka”, con el correspondiente aumento económico. Si no fuera posible, se buscaría otra empresa para patrocinar la sección de dibujos animados.

La fórmula de utilizar patrocinios se está extendiendo mucho como publicidad en los medios de comunicación. De esta forma, se pretende conseguir captar la atención de los teleespectadores cuando se anuncia un producto, ya que éstos siguen atentos al programa.

Al final de *El fútbol es así* saldrán los agradecimientos en el que el teleespectador podrá observar el logo de distintas marcas. Con estas se llegarán a acuerdos para que suministren material o productos al programa de manera gratuita o a bajo de precio.

Se establecería convenios y acuerdos con:

Citroën: para proveerse de furgonetas.

Adolfo Domínguez: para conseguir la ropa para los presentadores y colaboradores.

Franck Provost: para tener productos de peluquería.

Sony: para proveerse las cámaras, los móviles y la televisión.

Max Factor: para conseguir productos de maquillaje.

Sol Meliá: para el alojamiento de técnicos o invitados.

Bluche Catering: para disponer de los servicios de catering.

En el presupuesto de estos convenios no se han reflejado, por tanto, si se llegara a un acuerdo para que nos regalaran estos productos, o al menos, nos ofrecieran un descuento, el programa tendría menos costes de producción.

El aspecto que sí que ha quedado totalmente claro en la partida presupuestaria ha sido los gastos en concepto de alquiler del estudio de televisión, ya que será cedido gratuitamente por la cadena de televisión. La remodelación del plató y la compra de nuevos equipos técnicos correrán a cargo de la producción del programa. Además, la cadena televisiva emitirá los anuncios del magacín a coste 0 ya que les interesa promocionarlo. En cuanto a los ingresos, *El fútbol es así* se beneficiará totalmente de los patrocinios y concursos, dejando la ganancia en lo relativo a los cortes publicitarios para la cadena de televisión. En cuanto al guión, argumento y derechos de autor, no hay gastos, ya que son propiedad del creador del programa que los ha cedido al productor mediante una participación en los beneficios. En este caso, productor y creador podrían ser la misma persona por lo que se justifica el coste 0 en el presupuesto.

*El fútbol es así* obtendrá ingresos a través de la publicidad en la página Web y de las llamadas y mensajes de los teleespectadores.

### **Comercialización**

El magacín iniciará su difusión una vez el formato sea contratado por una cadena de televisión. Una vez formalizado el acuerdo entre cadena y productora del programa, se procederá a la difusión de *El fútbol es así*.

Para dar a conocer el programa se realizarán varias acciones:

- Los tres spots serán emitidos por Internet vía Youtube, u otros sitios electrónicos semejantes.
- La cadena de televisión emitirá los tres spots durante varias franjas horarias, además si pertenece a un grupo de comunicación también aparecerá en prensa, radio o Internet.
- Se utilizarán las redes sociales de Internet (Facebook, Tuenti, Twitter...); se crearán grupos, eventos o cualquier otro sistema para que los usuarios puedan acceder, informarse y participar.
- En la Web, el blog y las redes sociales, habrá una noticia en la que se incitará al público a participar en un concurso mediante llamadas telefónicas o mensajes en la que podrán ganar premios siempre que acierten la pregunta propuesta y estén atentos a la primera emisión, ya que de entre todos los ganadores se llamará a uno de ellos por sorteo y deberá

adivinar una acción que haya ocurrido en el programa. Este acto de promoción/difusión sólo se realizará en la primera emisión.

- Mediante la creación de la página Web de *El fútbol es así*, los teleespectadores y usuarios podrán acceder a ella para descargarse el programa entero, las secciones o informarse sobre su horario de emisión. El magacín también dispondrá de un blog.
- Los dos presentadores y, en menor medida, los contertulianos, realizarán entrevistas y colaborarán en algunos programas de la propia cadena o de otras. También participarán en otros medios de comunicación como la radio, la prensa o Internet.
- Se emitirán spots mediante animación 3D aprovechando la influencia de “Los Tiki-Taka” una vez el programa ya lleve un mes de emisión. Siempre concluirán con el nombre del programa y su horario de emisión. Podrá ser spots creados de la nada con una duración de 25 segundos, o sketches de la sección con el añadido del título y el horario.
- El horario de emisión del programa aparecerá en agendas televisivas tanto en Internet (Formula TV/VerTele) como en prensa.

## Conclusiones y bibliografía

### Evaluación de los resultados obtenidos

El trabajo ha consistido en la elaboración de un programa de televisión adscrito al género del magacín deportivo. Antes de comenzar el proceso de creatividad, debíamos observar los diferentes magacines deportivos existentes en la programación de las diferentes cadenas televisivas.

Una vez acabada la fase de documentación que consistía en la visualización de los programas deportivos seleccionados y la posterior búsqueda de información, procedimos a definir la estructura de cada uno. Nos dimos cuenta que todos tienen rasgos comunes, diferenciándose sólo en pequeños detalles. Había espacios en que la tertulia era la base en la que se fundamentaba y otros que se caracterizaban por ofrecer resúmenes de los partidos de fútbol. Recurrimos a páginas de Internet como Formula TV, VerTele e incluso blogs para obtener las cifras de audiencia que dejaban claro que estos magacines tienen un público fiel, sin embargo, nunca llegan a cosechar unos resultados brillantes.

Sabiendo que estos programas están en auge debido a la proliferación de los canales temáticos, nos pusimos a crear el nuestro. El primer paso era dotarle de un título que fuera sencillo, futbolero y calara en el público; por eso, decidimos que fuera: *El fútbol es así*. Esta expresión es popular entre futbolistas, entrenadores, directivos y aficionados.

Después de elegir el título, comenzamos la fase más creativa. Para ello, debíamos realizar un guión que estuviera en sintonía con la idea inicial que habíamos trazado en cuanto a género, sinopsis, claves del éxito y público al que va dirigido. La finalidad del magacín estaba clara, por tanto, se inició la elaboración de la estructura donde utilizamos elementos existentes de otros espacios procedentes de la televisión, la radio, la prensa y la red. Pero no sólo queríamos hacer un “collage”, sino que también pretendíamos darle un toque de originalidad para diferenciar nuestro producto del de los demás. Lo conseguimos dividiendo *El fútbol es así* en varias secciones interesantes, entretenidas y dinámicas, y dotándole de una gran relevancia la participación del público.

Una vez el producto ya estaba definido, pensamos que era la hora de establecer las primeras pinceladas de la estrategia de promoción, ya que es un requisito para que el programa tenga éxito

entre los teleespectadores. La primera tarea era dotarle de una marca corporativa, en este caso, elegimos un logotipo que reflejara el título del magacín: *El fútbol es así*. Jugamos con las letras para simular elementos futbolísticos en ellos.

Ya escogido el logotipo de nuestro programa, había que pensar en realizar unos spots con la finalidad de ser emitidos vía Internet y más tarde por la cadena televisiva que contratara nuestro magacín. Estos vídeos promocionales debían transmitir a los teleespectadores la temática, la finalidad y los contenidos de *El fútbol es así* usando el humor, la sorpresa y conocimientos futbolísticos. Por este motivo, se eligió un spot en que la protagonista es una adolescente, otro en que la finalidad es ver acciones de fútbol y el último que trata sobre la participación de la audiencia en el programa.

Debido a que estamos en la era de la sociedad de la información e Internet es la máxima expresión de ésta, no cabía de más promocionar *El fútbol es así* mediante la creación de una página Web.

Definidas las primeras estrategias promocionales, era momento de buscar el perfil de los personajes, es decir, de las personas que tendrían la responsabilidad de presentar el programa o las diferentes secciones. Se buscaban profesionales con ciertas características que no hubieran alcanzado cierta notoriedad en los medios de comunicación para no desembolsar gran cantidad por su trabajo. Además, se establecían los patrones a seguir para los invitados.

Otro aspecto importante era la definición de las localizaciones en las que se desenvolvía el programa; era importante saber las zonas donde se realizarían las grabaciones y, sobre todo, diseñar el plató para conseguir una estética y composición atractiva para los teleespectadores. Mediante 3d conseguimos elaborar un plató con la particularidad de una mesa redonda en el centro y una televisión a la derecha de esta. Con esto se resolvía el problema de ubicar a todos los colaboradores sin realizar ningún cambio en medio de la emisión y sin realizar una inversión grande.

La realización de un programa entraña la necesidad de contar en la producción audiovisual con especialistas de distintos campos. Hemos conseguido ajustar el número de trabajadores

necesarios para definir el equipo técnico y artístico ahorrando el mayor número de puestos de empleo, sin sacrificar para ello el resultado final de nuestro producto.

Está claro, que al realizar el guión del programa se pensaba desde un principio que alrededor de dos horas contando la publicidad era la duración ideal. El prime time sería la franja horaria elegida, ya que nuestro magacín luchaba por ser un producto estrella que combatiera en las horas donde mayor número de espectadores hay.

Si queremos realizar nuestro magacín, es necesario establecer las pautas de trabajo. Para ello, necesitamos seguir unas jornadas de grabación, seguidas por el tratamiento de las imágenes en postproducción, obteniendo finalmente el producto deseado en la emisión en directo de *El fútbol es así*. Para todo esto, es necesario disponer de los medios técnicos oportunos para conseguir imágenes con buena calidad sin gastar mucho dinero.

Finalmente, para poder hacer realidad este proyecto realizamos el presupuesto acortando los gastos innecesarios, así hemos obtenido un buen programa con un coste nada elevado para las cifras que se manejan en muchos medios de comunicación. Si *El fútbol es así* durara los nueve meses previstos, el desembolso se situaría alrededor del millón de euros, cifra bastante inferior a por ejemplo los 20 millones de euros que ha gastado la COPE en contratar al equipo de *Carrusel Deportivo* de la SER.

Para poder financiar todo los gastos contemplados en el presupuesto, necesitábamos buscar la fórmula ideal para cubrir los costes y además, obtener beneficios. La opción escogida fue recurrir a los patrocinios y llegar a acuerdos con marcas para que nos suministraran o al menos nos vendieran a un precio más económico los materiales necesarios para llevar a cabo el programa.

Una vez acabados todos estos procesos, era tiempo de difundir el magacín para que llegara al mayor número de personas haciendo atractivas las estrategias de captación de teleespectadores. Se ha optado por: la emisión de spots en Internet y televisión, los concursos, las redes sociales, la participación de presentadores en varios medios, la página Web y la presencia en las agendas televisivas.

## Conclusiones

El magacín es uno de los géneros televisivos predominantes en nuestro país. Su característica que lo hace apetecible para formar parte de la parrilla televisiva de cualquier cadena, es su forma flexible, ya que muchas veces se define como aquel género que no se puede clasificar cualquier otro. Su única premisa es que trata temas de actualidad y contenga alguno de los siguientes requisitos: noticias, reportajes, tertulias, entrevistas, etc.

Dentro de este género, hay una subdivisión que se denomina Magacín Deportivo. Este subgénero está poblando las parrillas de programación de cadenas temáticas y generalistas en auge. Su éxito radica en que no tiene costes elevados de producción y los temas tratados no necesitan de un gran conocimiento por parte del teleespectador.

Hemos observado que dentro de los magacines deportivos que hay actualmente, predominan los que tienen el fútbol como temática principal. Se le dedica mayor tiempo a este deporte, ya que es el que mayores seguidores tiene y, por tanto, el que mayores audiencias puede registrar. La mayoría de magacines de esta índole se dividen en dos de acuerdo con su estructura: los que se basan en ofrecer los resúmenes de los partidos y los que tienen la tertulia como punto fuerte. Siempre puede haber híbridos de los dos o que contengan rasgos el uno del otro.

Cuando el programa es de cobertura nacional, el mayor tiempo del mismo se les dedica a los dos clubes más poderosos de la Liga BBVA, el Real Madrid y el Barcelona. Si es de ámbito autonómico, tienen mayor relevancia los equipos de la comunidad; en este caso, los equipos valencianos, con especial atención al club más representativo que es el Valencia CF. También ofrecen información sobre el Real Madrid y Barcelona pero con un interés menor que en los de cobertura nacional.

Estos programas tienen un público fiel, ya que cosechan buenos resultados pero sin alcanzar nunca ningún share escandaloso. Con la proliferación de las cadenas temáticas al implantarse la TDT, estos magacines están subiendo poco a poco las audiencias, se están haciendo un hueco en la parrilla de programación de muchas cadenas.

Aprovechando que cada año se amplían los canales gracias a la televisión digital terrestre y que los magacines deportivos ocupan lugares destacados en la programación, decidimos realizar la

propuesta creativa de uno nuevo. Nuestro programa trata de enriquecerse con las características y elementos más interesantes que ya hay en los medios de comunicación y aportar de nuevos, dándole un toque original e innovador.

El título del magacín es *El fútbol es así* debido a que es una expresión popular propia del mundo del fútbol. Además, con las letras hemos podido jugar para incorporar elementos del balompié y que el logotipo tenga un diseño muy futbolístico.

El programa se ha dividido en secciones que tratan desde la información en las noticias comunes, a la opinión en la editorial y la tertulia. También contiene reportajes, secciones de análisis futbolístico, entrevistas y dibujos animados. Todo ello buscando la agilidad del programa mediante un tono distendido, divertido pero sin renunciar a la rigurosidad informativa.

Todo espacio televisivo vive de las audiencias y, por ello, debemos tener unos elementos diferenciales que nos hagan mejores que los demás para conseguir mayor número de teleespectadores. Con nuestra estructura de programa, hemos dado mayor relevancia a los equipos con más aficionados pero sin dejar de lado a los seguidores de los más pequeños. Así, cualquier club merece la atención real de nuestro magacín. Debido a que tiene como objetivo conseguir un buen número de teleespectadores, el magacín será colocado en prime time de lunes a viernes como alternativa a los contenidos de otras cadenas.

La promoción de *El fútbol es así* es un aspecto importante para conseguir captar teleespectadores. Por este motivo, el mejor remedio es la difusión de spots por el medio de comunicación más emergente, Internet. Circularán por Youtube y otras páginas con parecido funcionamiento vídeos que traten de convencer a la audiencia. Los tres primeros vídeos han sido elegidos para informar al teleespectador que ellos participan realmente en nuestro magacín, que las mujeres son un valor creciente como aficionadas al fútbol y que, por fin, hay un programa donde se expliquen los entresijos del deporte rey. Una vez una cadena haya comprado *El fútbol es así*, los anuncios aparecerán en ella. Además, se emitirán en la página Web, elemento fundamental para dar a conocer el nuevo magacín.

Como nuestro magacín necesita de unos contenidos determinados, todas las semanas habrá que ir a lugares diferentes. Lo que sí que es fijo, es el plató del programa que se ubicará en Madrid para



lograr una mayor comunicación e infraestructura con todos los campos de fútbol de España. Se ha decidido tener un plató sencillo pero con los elementos necesarios para que el público goce visualmente de la estética del mismo. Sólo tendrá las características necesarias para el desarrollo de las diferentes secciones.

Se ha buscado un perfil determinado de presentadores y colaboradores sin que ello suponga un coste excesivo para el programa. Destaca la juventud, el desparpajo y los conocimientos futbolísticos de todos ellos. Éstos estarán acompañados de los componentes absolutamente necesarios del equipo técnico y artístico. Además, se han comprado los materiales necesarios para poder realizar nuestro magacín sin tener que realizar un desembolso elevado.

Hemos elegido un calendario para realizar los trabajos correspondientes a la elaboración del programa con la finalidad de obtener un mayor rendimiento de los empleados en relación a las horas que dedican a cada tarea. Los grupos de trabajo que necesiten estar juntos para complementarse y obtener un buen producto, tendrán un horario similar; además, el orden de tareas será conformado de acuerdo a las necesidades de preproducción, producción, postproducción y emisión final en directo.

El presupuesto de alrededor de 6000 euros por programa, se ha conseguido eliminando los gastos innecesarios y contratando a gente joven que aún no tiene una trayectoria exitosa. También, se ha negociado con la cadena que compra nuestro magacín, la cesión del estudio de televisión y la emisión de spots que anuncian *El fútbol es así*. Para conseguir financiar los 6000 euros se ha optado por el patrocinio de secciones y del programa en general. Además, se llegará a acuerdos con empresas para la cesión gratuita de materiales o, al menos, la rebaja de precio mediante la publicidad de sus logotipos en los créditos y en la página Web.

Concluiremos remarcando que se ha realizado un programa con el menor presupuesto posible sin perder calidad y pudiendo, con ello, optar a conseguir aceptables audiencias en una cadena temática o generalista en auge.

## Bibliografía

ALCOBA LÓPEZ, A.: *Como hacer periodismo deportivo*. Madrid, Thomson Paraninfo, 1993. 200 páginas. ISBN: 9788428320337.

ARTERO MUÑOZ, J.P.: *El mercado de la televisión en España: oligopolio*. Barcelona, Ed. Deusto, 2008. 256 páginas. ISBN: 9788423426621.

BARROSO GARCÍA, J.: *Realización de los géneros televisivos*. Madrid, Síntesis, 1996. 584 páginas. ISBN: 9788477384281.

CHAVES, N.: *La marca corporativa: gestión y diseño de símbolos y logotipos*. Buenos Aires, Paidós, 2005. 122 páginas. ISBN: 9789501227178.

COSTA, J.: *La imagen de marca: un fenómeno social*. Barcelona, Paidós, 2004. 200 páginas. ISBN: 9788449315312.

GÓMEZ, S.: *El fútbol como contenido televisivo*. Madrid, Cie Inversiones Editoriales Dossat 2000, 2008. 179 páginas. ISBN: 9788496437746.

GORDILLO, I.: *Narrativa y televisión*. Alcalá de Guadaira, Ed. Mad, 1999. 108 páginas. ISBN: 9788483115640.

HERVAS IVARS, C.: *El diseño gráfico en televisión: técnica, lenguaje y arte*. Madrid, Catedra, 2001. 248 páginas. ISBN: 9788437619460.

LAMBIN, J.J.: *Marketing estratégico*. Madrid, McGraw-Hill, 1995. 610 páginas. ISBN: 9788473563529.

MARIN MONTIN, J.: *Imagen, comunicación y deporte: una aproximación teórica*. Madrid, Editorial Visión Net, 2009. 277 páginas. ISBN: 9788498863253.

MEDINA, M.: *Valoración publicitaria de los programas de televisión*. Eunsa. Ediciones Universidad de Navarra, 1998. 280 páginas. ISBN: 9788431316211.

SALO, G.: *¿Qué es eso del formato?: como nace y se desarrolla un programa de televisión*. Barcelona, Gedisa, 2003. 253 páginas. ISBN: 9788474329544.

TELLIS GERARD, J.: *Estrategias de publicidad y promoción*. Madrid, Addison-Wesley, 2002. 344 páginas. ISBN: 9788478290710

VIOLAN, E.: *Com fer un programa per a televisió*. Barcelona, Univ Barcelona, 2009. 160 páginas. ISBN: 9788447533473